

O PERFIL DOS CLIENTES DAS FINTECHS

Daniel Kenzo Koyama Azeka¹, Fernanda Cristina Vianna²

^{1,3} Engenharia de Produção, FEI

daniel.azeka@gmail.com e fernanda.vianna@fei.edu.br

Resumo: Utilizando abordagens inovadoras, as startups conhecidas como *fintechs*, oferecem na prática os mesmos serviços tradicionais dos bancos, porém com outros atrativos. A presente pesquisa teve como finalidade traçar aspectos socioeconômicos desses clientes. A questão da idade foi um tópico intrigante na pesquisa, pois notou-se que a barreira de geração não é tão grande quanto poderia parecer, nem o gênero ou a classe socioeconômica mostraram-se associados ao fato de ter ou não conta em *fintech*.

1. Introdução

No Brasil, o surgimento das *fintechs* foi um marco de mudanças; o mercado bancário nacional foi introduzido a inúmeras oportunidades ainda não exploradas e surpreendeu bancos tradicionais em áreas carentes de inovações. Conforme estudo da consultoria Ernst Young, o EY *Fintech Adoption Index 2017*, há grandes interessados nessa nova tendência de serviços financeiros, sendo o Brasil, o quarto país com maior aceitação deles. Grande parte desse crescimento é oriundo da inovação e popularização dessas *fintechs*, que envolvem a eliminação parcial da burocracia e a redução de custos.

Esse trabalho tem por objetivo traçar o perfil socioeconômico dos clientes das *fintechs* brasileiras, tendo em vista a carência de estudos nessa área. Tratados e organizados, os dados levantados servirão para apontar quais características são mais frequentes, e onde as *fintechs* podem inovar para manter seus clientes ou atrair novos, servindo de base para a formulação de estratégias.

De modo mais específico, pretende-se conhecer o nível educacional, renda e ocupação desses clientes, tal como encontrado em Alves e Soares (2009) e demais trabalhos que se dedicaram ao estudo de perfis socioeconômicos.

2. Metodologia

Este estudo pode ser classificado como exploratório-descritivo, visto que temos como finalidade explorar aspectos relativamente novos dentro do universo das *fintechs* brasileiras, aprofundando o conhecimento sobre o aspecto socioeconômico de seus clientes, podendo futuramente servir de fonte para outros estudos.

Para o cumprimento dos objetivos deste trabalho, foi utilizado o método *Survey*, que se refere a um tipo particular de pesquisa social empírica, do tipo transversal em que “os dados são colhidos, num certo momento, de uma amostra selecionada para descrever alguma população maior na mesma ocasião” (BABBIE, 2005, p. 101). A coleta de dados foi feita por meio de questionário estruturado, contendo perguntas abertas e fechadas. Vale destacar que antes de sua aplicação foi feito um pré-teste para aprimoramento das questões.

De acordo com o Distrito, uma empresa que auxilia no desenvolvimento de novas *fintechs*, e uma pesquisa realizada pela Forbes (2020), os *millennials*, ou geração Y, são o público-alvo das *fintechs*, tanto no Brasil como no resto do mundo. Bancos tradicionais não estão atingindo as expectativas das gerações mais novas e os *millennials* buscam algo diferente, um *lifestyle* sem restrições, com menos interações face-to-face, mais dinâmico e hiperconectado, e, por isso, são tão abertos às soluções trazidas pelas *fintechs*. Tendo isso em mente, o presente estudo teve como foco estudantes universitários, pois são nesses locais em que se encontra parte expressiva dos *millennials*, cerca de 28% da população brasileira, de acordo com uma pesquisa realizada pela Mintel (2017).

3. Resultados e Conclusões

A seguinte seção apresenta as respostas dos questionários, bem como sua análise e a discussão dos resultados obtidos. De forma a facilitar o entendimento e a visualização de cada um dos tópicos, a Tabela 1 apresenta o perfil dos 190 respondentes.

Tabela 1- Perfil Demográfico

		n	%
Gênero	Masculino	92	48,4%
	Feminino	98	51,6%
	Total	190	100,0%
Idade	18 a 24	83	43,7%
	25 a 34	21	11,1%
	35 a 44	7	3,7%
	45 a 54	44	23,2%
	55 a 64	35	18,4%
Total	190	100,0%	
Classificação Socioeconômica	Classe A	104	54,7%
	Classe B1	35	18,4%
	Classe B2	32	16,8%
	Classe C1	12	6,3%
	Classe C2	6	3,2%
	Classe D e E	1	0,5%
	Total	190	100,0%

Podemos notar que o gênero dos respondentes se encontra em uma proporção, 48,4% masculino e 51,6% feminino, que se assemelha à do Brasil (IBGE, 2019), o que revela representatividade da amostra no quesito gênero. Já para idade, a maioria possui entre 18~24 anos, o que era esperado, uma vez que o foco da pesquisa são os universitários, mas ter uma quantidade de outras idades na amostra ajudou a entender, ainda que superficialmente, aspectos relacionados à aceitação/rejeição das *fintechs* por esses públicos.

A seguinte tabela mostra 3 características das pessoas que possuem contas em *fintechs*: idade, gênero e classe, com esses dados podemos entender o perfil dos respondentes. Um ponto que vale a pena ressaltar é o fato de que o segundo maior público de correntistas das *fintechs* dentre os respondentes, serem pessoas de 55 a 64 anos, uma vez que é um público que em sua maioria tende a possuir contas em bancos “tradicionais” há vários anos e, provavelmente, não veria necessidade em ter uma conta adicional.

Tabela 2- Idade, gênero e classe dos respondentes que possuem contas em fintechs

		n	%
Possuem contas em fintechs	18 a 24	50	52,6%
	25 a 34	11	11,6%
	35 a 44	4	4,2%
	45 a 54	14	14,7%
	55 a 64	16	16,8%
Total		95	100,0%
Feminino		51	53,7%
Masculino		44	46,3%
Total		95	100,0%
Classe A		49	51,6%
Classe B1		21	22,1%
Classe B2		15	15,8%
Classe C1		6	6,3%
Classe C2		3	3,2%
Classe D e E		1	1,1%
Total		95	100,0%

Ampliando a análise de dados, foram feitos cruzamentos das variáveis gênero, idade e classe socioeconômica com a variável conta em fintech (com duas categorias: tem conta e não tem conta), e que estão apresentados nas tabelas 3, 4 e 5.

Tabela 3- Gênero e Conta em fintech

Gênero/ Conta em fintech	Tem conta	Não tem conta
Masculino	37	55
Feminino	43	55
Total	80	110

Aplicando um teste não paramétrico para associação entre variáveis, por meio do qui-quadrado, foi possível admitir, ao nível de significância de 5%, que não existe associação entre gênero do respondente e conta em *fintech*, pois o qui-quadrado calculado foi igual a 0,24, e o qui-quadrado tabelado (1 grau de liberdade, 5%) foi igual a 3,84.

Tabela 4 - Conta em fintech e Idade

Conta em fintech / Idade	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	Total
Tem conta	46	9	3	9	13	80
Não tem conta	37	12	4	35	22	110

O mesmo teste foi efetuado para avaliar a associação entre idade do respondente e conta em fintech, tendo sido possível admitir, ao nível de significância de 5%, que existe associação entre idade e conta em fintech, pois qui-quadrado calculado (14,71) foi maior do que qui-quadrado tabelado (7,81) para 3 graus de liberdade.

Conta em fintech/Classe socioeconômica	A	B1	B2	C1	C2	D+E	Total
Tem conta	41	18	14	5	2	0	80
Não tem conta	62	17	19	7	4	1	110

Tabela 5 - Conta em fintech e Classe Socioeconômica

Aplicando novamente o teste não paramétrico para associação entre variáveis, por meio do qui-quadrado, foi possível admitir, ao nível de significância de 5%, que não existe associação entre classe socioeconômica do respondente e conta em fintech (1,71), pois o qui-quadrado tabelado (3 graus de liberdade, 5%) foi igual a 7,81. Observe-se que em dois testes foi necessário juntar duas classes adjacentes de faixas etárias, para que todas as frequências esperadas fossem maiores do que 5 (MARTINS, 2006).

4. Referências

- I. G. OBE, M. Hatch, J. Lloyd, EY FINTECH ADOPTION INDEX, Ernest Young, 2017.
- M. T. Alves et. al., J. F. Soares, Medidas de nível socioeconômico em pesquisas sociais: uma aplicação aos dados de uma pesquisa educacional, SCIELO, 2009
- BABBIE, E., Métodos de Pesquisas em Survey, UFMG, 2005.
- F. Spina, Millennials e Geração Z: saiba as diferenças entre essas gerações e conheça sua relação com o mercado de trabalho, Distrito, 2020.
- A. Netzer, How Millennials And Gen Z Could Reinvent The Banking Industry, FORBES, 2020.
- R. Pompa, Estilo de Vida dos Millennials, MINTEL, 2017.
- PNAD Contínua, Conheça o Brasil-População: Quantidade de homens e mulheres, IBGE, 2019.
- G. A. Martins. Estatística Geral e Aplicada, São Paulo: Atlas, 2006

5. Agradecimentos

À instituição Centro Universitário FEI pela realização das medidas / ou empréstimo de equipamentos / etc.

Aos meus pais Elvio Takeo Azeka e Ester Aki Koyama Azeka, pelo apoio e sugestões

Aos meus amigos Thais Lie, Sarah Machado e Heloísa Naomi pela disposição em me ajudar e incentivar

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico pela bolsa de auxílio e oportunidade de projeto

¹ Aluno de IC do Centro Universitário FEI. Projeto com vigência de 09/20 a 08/21.