



**CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

AMANDA DE FREITAS

**A INCLUSÃO DAS GERAÇÕES X E *BABY BOOMER* NO MERCADO BANCÁRIO
DIGITAL.**

FORTALEZA

2020

AMANDA DE FREITAS

A INCLUSÃO DAS GERAÇÕES X E *BABY BOOMER* NO MERCADO BANCÁRIO
DIGITAL.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de Administração do
Centro Universitário Christus, como requisito
para obtenção do título de bacharel em
Administração.

Orientadora: Profa. Ma. Virna Fernandes
Távora Rocha

FORTALEZA
2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Centro Universitário Christus - Unichristus

Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Fi Freitas, Amanda de.

A Inclusão das gerações X e Baby Boomer no mercado bancário digital. / Amanda de Freitas. - 2021.

59 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário Christus - Unichristus, Curso de Administração, Fortaleza, 2021.

Orientação: Profa. Ma. Virna Fernandes Távora Rocha.

1. Geração X. 2. Geração baby boomer. 3. fintechs. 4. Tecnologia da informação e comunicação.

CDD

AMANDA DE FREITAS

A INCLUSÃO DAS GERAÇÕES X E *BABY BOOMER* NO MERCADO BANCÁRIO
DIGITAL.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de Administração do
Centro Universitário Christus, como requisito
para obtenção do título de bacharel em
Administração.

Orientadora: Profa. Ma. Virna Fernandes
Távora Rocha

Aprovada em 15/01/2021

Amanda de Freitas

**A INCLUSÃO DAS GERAÇÕES X E BABY BOOMER NO MERCADO
BANCÁRIO DIGITAL**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração do CENTRO UNIVERSITÁRIO
CHRISTUS, como requisito parcial para
obtenção do Grau de Bacharel.

8,9

Média Final

Virna Távora

Prof. Ma. Virna Fernandes Távora Rocha.
Orientador(a)

Maely Barreto

Prof. Dra. Maely Barreto de Sousa
Examinador(a)

Zaila Maria de Oliveira

Prof. Dra. Zaila Maria de Oliveira
Examinador(a)

Data da Aprovação: 15/01/2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me permitir em meio as dificuldades realizar o sonho da graduação.

Ao meu noivo e toda a minha família que esteve ao meu lado sempre me incentivando e apoiando e por compreender quando estive ausente para me dedicar a este trabalho.

A todos os professores que me acompanharam durante toda a graduação, em especial a minha orientadora Profa. Ma. Virna Fernandes Távora Rocha, por toda sua disponibilidade, dedicação e paciência a este trabalho, sem as quais não seria possível.

Às minhas amigas que estiveram sempre comigo durante toda a graduação, que sempre me incentivaram.

A todos que de alguma maneira tornaram possível esta conquista, muito obrigado.

RESUMO

A evolução tecnológica é marcada pelo advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Com seu desenvolvimento diversas inovações têm sido implementadas modificando a forma de conduzir algumas atividades. Nessa perspectiva, o setor bancário tem mostrado grande evolução e incorporado essas tecnologias, mudando a forma de se relacionar com os clientes a partir do uso de aplicativos e do surgimento de bancos digitais. Os bancos digitais, que também podem ser chamados de *fintech*, surgiram em 2013, com a ideia inovadora de unir tecnologia e banco. Atualmente, as diferentes gerações convivem entre si, com cada geração possuindo características e comportamentos distintos, pois cada uma delas nasceu em épocas e ambientes diferentes. Nessa perspectiva, este estudo tem como objetivo geral descrever o processo de adaptação das Gerações X e *Baby Boomer* ao mercado digital no setor bancário. Para desenvolvimento do estudo quantitativo foi aplicado um questionário, que foi composto por 60 respondentes das gerações X e *Baby boomer*. Constatou-se que pessoas inseridas nas gerações X e *Baby boomer* têm se adaptado bem às tecnologias atuais, mas ainda não se sentem seguros ao fazer uso de aplicativo de bancos digitais, mas ainda assim a maioria dos respondentes possui interesse em aprender e acham o processo de aprendizado desafiador.

Palavras-chave: Tecnologias de Informação e Comunicação. Geração X. Geração *Baby Boomer*. *Fintechs*.

ABSTRACT

Technological evolution is marked by the advent of Information and Communication Technologies (ICT). With its development, several innovations have been implemented modifying the way of conducting some activities. In this perspective, the banking sector has shown great evolution and incorporated these technologies, changing the way of relating to customers through the use of applications and the emergence of digital banks. Digital banks, which can also be called fintech, emerged in 2013, with the innovative idea of uniting technology and banking. Currently, the different generations live together, with each generation having different characteristics and behaviors, since each one was born in different times and environments. In this perspective, this study has the general objective of describing the adaptation process of Generations X and Baby Boomer to the digital market in the banking sector. To develop the quantitative study, a questionnaire was applied, which was composed of 60 respondents from generations X and Baby boomer. It was found that people in the X and Baby bommer generations have adapted well to current technologies, but still do not feel safe when using a digital banking application, but still most respondents are interested in learning and find the process challenging learning.

Keywords: Information and Communication Technologies. Generation X. Generation Baby Boomer. Fintechs.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1- Faixa etária	36
Gráfico 2-Renda Familiar.....	37
Gráfico 3 – Tempo no mercado de trabalho.....	38
Gráfico 4- Uso de aplicativo de bancos digitais.....	38
Gráfico 5- Porque uso banco digital.....	39
Quadro 1- Perspectiva dos respondentes sobre uso de banco digitais.....	40
Gráfico 6- O que se procura em um banco.....	40
Gráfico 7 – Dificuldade de fazer uso de aplicativo de bancos digitais.....	42
Gráfico 8- Adaptação as tecnologias atuais.....	42
Gráfico 9- Processo de aprendizado para utilizar bancos digitais.....	43
Gráfico 10- Dificuldade de usar aplicativo por que não confio em fornecer dados pessoais.....	44
Gráfico 11- Dificuldade de usar aplicativo porque não consigo entender como funciona.....	44
Gráfico 12– Não gosto de usar aplicativo de banco, pois gosto de ser atendido pelo gerente do banco.....	45
Gráfico 13- Sinto insegurança ao entrar no aplicativo digital ou em realizar operações erradas e me prejudicar.....	46
Gráfico 14- Gosto de fazer pagamento e receber comprovante físico.....	47
Gráfico 15- A experiência de uso de aplicativo de banco deve ser adaptar a minha realidade.....	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).....	13
2.1.1 Tecnologias Inovativas.....	16
2.1.2 Fintech	19
2. 2 Gerações.....	24
2.2.1 Geração <i>Baby Boomer</i>	27
2.2.2 Geração X.....	29
2.2.3 Inclusão das gerações no mercado digital.....	30
3 METODOLOGIA.....	33
3.1 Classificação da Pesquisa.....	33
3.2 Universo e Amostra.....	34
3.3 Tipologia da Pesquisa.....	34
3.4 Coleta e Análise de Dados.....	35
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	36
4.1 Perfil do respondentes.....	36
4.2 Percepção dos respondentes sobre as <i>fintechs</i>.....	41
5 CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS.....	51
APÊNDICE	56

1 INTRODUÇÃO

As Tecnologias da Informação e Comunicação conhecidas também como TIC são consideradas como sinônimo das tecnologias da informação (TI), podendo ser um composto de todas as atividades e soluções que, por meio de recursos de computação, visam o armazenamento, a transmissão, o acesso e o uso das informações.

Com o desenvolvimento das TICs diversas inovações têm sido implementadas em empresas e modificado a forma de conduzir as suas atividades. Com o passar do tempo levou a mudanças no comportamento do consumidor, e nas relações entre empresa e consumidor, na geração de novos produtos etc.

Um dos avanços que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) permitiu foi a criação de aplicativos ou *apps*, programa para celular que pode ser baixado através do *Playstore* (Android) ou *Apple store* (IOS), o que permite acesso rápido de dados específicos pelos usuários. Com essa inovação, diversas empresas passaram a digitalizar seus produtos e serviços, aproximando cada vez mais as empresas de seus clientes.

As TICs, por meio dos aplicativos, já alcançaram os diversos setores da economia, alguns de forma mais explícita do que outros. Um dos setores que tem mostrado grande revolução nos seus processos é o bancário, que tem incorporado diferentes formas de se relacionar com os seus clientes a partir do uso de aplicativos e do surgimento de bancos digitais.

Os Bancos Digitais são instituições que foram criadas em 2013, em meio a um mercado tradicional, que até então investia em inovação de processos com o objetivo específico de elevar sua rentabilidade, e que pouco se preocupava com a visão da comodidade de seus clientes. Até a criação dos Bancos Digitais não havia um produto substituto ao mercado bancário. Um cliente descontente poderia mudar de banco, contudo não era possível sair do ciclo criado por este mercado (MARQUES, 2019).

Propondo um relacionamento digital e remoto, com ideias inovadoras e redução de custo, os Bancos Digitais exploram o nicho de mercado de clientes descontentes com o tempo perdido para ir até uma agência bancária e com baixa percepção de benefício em relação às tarifas e juros cobrados pelos bancos. Ao

identificar essas lacunas do mercado, os Bancos Digitais causaram sérios questionamentos dos clientes às práticas até então constituídas (MARQUES, 2019).

Fintech, denominada como a união entre tecnologia e bancos, uma nova solução tecnológica de *startup* diferente do modelo tradicional do mercado financeiro. Usualmente designado como “Financial Technology” ou “Fintechs”, as novas *startups* do ramo financeiro promovem serviços integrados ao uso da tecnologia e estão revolucionando o mercado. Desde 2008 estas empresas ganham uma fatia promissora do mercado financeiro que antes era dividida apenas entre as grandes corporações como os bancos e corretoras (VIDAL, 2018).

Nos últimos nove anos o setor se tornou a nova revolução tecnológica e foi uma das indústrias mais crescentes no mundo das finanças e tecnologia e de uma forma mais eficiente do que os sistemas convencionais, essas novas empresas despertam a atenção de novos investidores. (VIDAL, 2018).

Com os avanços tecnológicos sendo incorporados na maioria das empresas, como as *fintechs*, todas as gerações estão cada vez mais tendo que se adequar a essa nova realidade. Atualmente, no mercado, existem quatro gerações, que são Baby Boomers, X, Y, e a última, que é a geração Z.

Baby Boomer é a geração que nasceu em 1945, logo após a segunda Guerra Mundial até 1960. Essa geração, no Brasil, viveu a ditadura militar, participaram, ativa ou passivamente de protesto e atualmente estão na terceira idade. Quando se trata de consumo e poder aquisitivo, eles fazem parte de um grupo forte. A Geração X abrange pessoas nascidas entre 1961 até o ano 1980, uma geração que tiveram um forte influenciada cultura americana após abertura do mercado nacional às importações, essa geração teve a televisão como parte de seu crescimento e formação. Conhecida também por *Millennials*, a geração Y teve nascimentos entre 1981 a 1998, a geração que teve computadores, telefones celulares, videogames como parte do cotidiano, são nativos digitais. Viveram o plano real em 1990 que estabilizou a moeda, mas também viram altas taxas de desemprego e privatizações. São mais individualistas e priorizam questões pessoais no ambiente profissional. (SOUZA;GOMES;AMORIM,2014)

Como pode-se perceber, por conta das diferenças entre as gerações, é comum que tenham conflitos entre elas, pois se trata de tempo e culturas diferentes. É

comum a percepção de conflitos entre gerações em empresas ou até mesmo no uso da tecnologia, quando se trata de mercado digital.

Conforme dados do IBGE (2019), a sociedade tem cada vez mais envelhecido, a população brasileira tinha o aspecto de uma pirâmide: muito mais jovens do que idosos, isso aconteceu até a década de 1980. Mas esse cenário foi mudando e, no último Censo, mostrou que formato está mudando e que as projeções do IBGE para 2060 indicam que começaremos a ver um funil etário, ou seja, mais idosos do que jovens. Isso traz uma mudança na forma das empresas se relacionarem com os seus clientes. Então, como deve ser feita essa adaptação da tecnologia a terceira idade? Como as empresas estão se moldando a esse contexto? Elas estão pensando nisso?

Com isso, o trabalho é relevante para a sociedade, pois irá desenvolver um estudo que mostrará o vínculo da terceira idade com o uso de tecnologias digitais, questão importante que irá destacar um público, muitas vezes, excluído socialmente. Além disso, terá relevância para as empresas, principalmente do setor bancário, que terão acesso a informações sobre esse público tão importante para a gestão de suas empresas.

Dentro dessa perceptiva o presente trabalho tem como questão de pesquisa: **como as Gerações X e Baby Boomer têm se adaptado ao mercado digital no setor bancário?**

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral descrever o processo de adaptação das Gerações X e *Baby Boomer* ao mercado digital no setor bancário. Assim, serão perseguidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as motivações que levam as Gerações X e *Baby Boomer* ao mercado digital no setor bancário.
- Descrever as dificuldades das Gerações X e *Baby Boomer* para o uso de tecnologia da informação e comunicação no setor bancário.
- Analisar as possíveis melhorias no uso de ferramenta digital no setor bancários na perspectiva das Gerações X e *Baby Boomer*.

Este trabalho encontra-se dividido em cinco seções principais. A primeira é esta introdução, que apresenta contextualização do trabalho, justificativa, questão de pesquisa e objetivos. Em seguida, o referencial teórico que encontra se a fundação

teórica, conceitos. A terceira seção é a metodologia que apresenta o tipo de pesquisa, universo e amostra, coleta de dados e desenvolvimento dos dados coletados. Quarta seção apresenta a análise e discussões de resultados. Em seguida, a quinta seção encontra-se a conclusão da pesquisa e na sexta e última apresenta as referências.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta os conceitos necessários para a construção da estrutura teórica deste trabalho, esta seção irá apresentar os principais temas dos estudos, que serão tecnologia da informação, *fintechs* e as principais gerações no mercado atualmente.

2.1 Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)

Segundo Dowbor (2013 *apud* SILVA; COSTA, 2019), inicialmente foi utilizado o termo Tecnologia da Informação (TI), que estava mais ligado com a área de informática, mas com o desenvolvimento de novas tecnologias e o avanço da área das comunicações, o termo passou para TIC, ou seja, acrescentou-se comunicação.

A tecnologia é um produto histórico, resultante de um longo trabalho acumulado pela sociedade. Com ampla diversidade de inovações, aplicadas em diferentes espaços e contextos sociais, encontram-se as tecnologias da informação e comunicação (TIC). O conceito de TIC remete ao conjunto de dispositivos, serviços e conhecimentos relacionados a uma infraestrutura, formada por computadores, *software*, sistema de redes, entre outros, os quais teriam a capacidade de produzir, processar e distribuir informações para organizações e a sociedade (VELOSO, 2012).

Internet, computadores, telefones celulares, correio eletrônico, suporte de armazenamento de dados, televisão digital e as inúmeras tecnologias digitais de acesso remoto e de captura e tratamento de dados, constituem-se como TICs, instrumentos inovadores que aceleram a comunicação, estimulam a interatividade, transformam a produção, modificam as relações dos homens entre si e suas atividades (VELOSO, 2012).

As Tecnologias da Informação e Comunicação referidas como TIC são consideradas sinônimos das tecnologias da informação (TI). No entanto, é um termo geral que destaca o papel da comunicação na moderna tecnologia da informação. Entende-se que TICs consistem em todos os meios técnicos usados para tratar a informação e auxiliar na comunicação. Em outras palavras, TICs consistem em TIs, bem como

quaisquer formas de transmissão de informações, e correspondem a todas as tecnologias que interferem e mediam os processos informacionais e comunicativos dos seres. (OLIVEIRA; MOURA, 2015).

Dessa forma, pode-se dizer que TIC é um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam por meio das funções de *software* e telecomunicações, a automação e comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem (OLIVEIRA; MOURA, 2015).

As TICs são utilizadas de diversas maneiras e em diferentes ramos de atividades, podendo se destacar nas indústrias, no processo de automação; no comércio, em gerenciamentos e publicidades; no setor de investimentos, com informações simultâneas e comunicação imediata; e na educação, com um grande avanço no processo de ensino e aprendizagem, seja presencial ou Educação à Distância.

Pode-se dizer que a popularização da Internet é a principal responsável pelo crescimento e potencialização da utilização das TIC em diversas atividades (OLIVEIRA; MOURA, 2015).

As tecnologias da informação ou as novas tecnologias da informação e comunicação são o resultado da fusão de três vertentes técnicas: a informática, as telecomunicações e as mídias eletrônicas. As principais tecnologias de informação e comunicação provocaram mudanças por seu impacto significativo sobre a cultura e reorientaram as perspectivas sociais, econômicas, científicas e políticas. A partir da TIC, foi criado no meio educacional um atrativo em relação aos conceitos de espaço e distância, como as redes eletrônicas e o telefone celular, que proporcionam ter em mãos o que antes estava a quilômetros de distância (BONH, 2011).

Na “era da sociedade informacional”, modernidade é entendida como tecnologia e o curso da história social visto a partir das possibilidades eletrônicas. As transformações decorrentes da evolução tecnológica vêm definindo mudanças significativas, em todos os segmentos da sociedade (CASTILHO, 2015).

Com a popularização e a difusão das aplicações da tecnologia da informação e comunicação, a partir da última década, a sua atuação foi amplamente acelerada com a redução dos preços dos computadores e de sua associação com os meios de comunicação. Esta integração favorecida pela internet e os serviços que esta oferece,

possibilita, através da queda das barreiras geográficas, o acesso às informações que circulam em todo o planeta, permitindo assim a socialização do conhecimento, gerando novas perspectivas para as organizações e o mundo do trabalho nacional e internacional (CASTILHO, 2015).

Segundo Oliveira e Malagolli (2016), na década de 1990, consolidou-se a propagação da TI, com o fenômeno conhecido como o “*boom*” da internet. Diante disso, muitas pessoas tiveram acesso à internet, consolidando o processo de globalização. Com isso, as empresas conseguiram ter maior comunicação entre si, satisfazer e aprimorar os serviços para seus clientes com rapidez e eficácia.

Nas últimas décadas, viu-se uma profusão de inovações, particularmente assistiu-se o advento dos microprocessadores, da fibra ótica e, principalmente, da internet. O momento pode ser caracterizado como a era de profundas transformações sociais e tecnológicas; de uma transformação digital significativamente estimulada, principalmente, pela incessante e crescente geração de inovações em Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) (WEISS, 2019).

A comunicação, que sempre foi uma das principais necessidades do ser humano, está cada vez mais presente nas nossas vidas. Trocar informações, registrar fatos, expressar ideias e emoções são fatores que contribuíram e contribuem para a evolução das formas de se comunicar, levando o homem a aumentar a sua capacidade de se relacionar, aperfeiçoar-se e alcançar um estágio alto de conhecimento (OLIVEIRA, 2015).

Assim, a tecnologia da informação e comunicação é a área que utiliza as ferramentas tecnológicas com o objetivo de facilitar a comunicação e o alcance de um alvo comum de interesses, o conhecimento. Serve também para potencializar os processos de comunicação, assim como também pode revolucionar outros processos de interesse da humanidade, dentre eles os dos negócios e pesquisas científicas, dentre outros (OLIVEIRA, 2015).

Na atualidade, o *smartphone* é uma das principais tecnologias de informação e comunicação que está alterando as relações sociais, pois está cada vez mais incorporado ao cotidiano das pessoas, mostrando diversas funcionalidades. Dentre estas novas funcionalidades, é importante destacar os sistemas de localização e

georreferenciamento, sistemas que possibilitaram a ligação dos smartphones com o seu local em tempo real. Neste cenário, os aplicativos móveis (*apps*) se tornaram importantes ferramentas no auxílio à gestão das questões contemporâneas (LATRONIO; MATTEDI; SPIESS, 2019).

Conforme Silva e Lazzarin (2016), a utilização crescente das Tecnologia da Informação e Comunicação é um dos fatores que ocasionaram a valorização da informação como uma forma de poder, fato que pode ser constatado como um dos grandes incentivos para a criação da Sociedade da Informação. As TICs permitem criar e percorrer o ciberespaço, colocando sobre novas bases os problemas da sociedade e abrindo possibilidades não somente para pensar como também procurar soluções coletivamente.

Dessa forma, percebe-se a Ciência da Informação como indispensável. A função das TICs tem como objetivo a evolução, o desenvolvimento e a transmissão da informação e do conhecimento em diferentes setores da sociedade, possibilitando melhorias para toda a sociedade.

2.1.1 Tecnologias Inovativas

As transformações tecnológicas desafiam organizações a adaptarem-se às novas formas de gestão, reflexo da adequação do trabalho e dos negócios frente às novas tecnologias.

Conforme Veloso (2012), conceito de tecnologia pode ser aplicado a tudo aquilo que não existe na natureza e o qual o ser humano inventa para expandir seus conhecimentos, superar suas expectativas e tornar o trabalho mais fácil e agradável. A tecnologia não pode ser apenas instrumento, ferramenta ou equipamento tangível, ela pode ser composta por elementos intangíveis como métodos, técnicas e procedimentos.

Com o uso intensivo da tecnologia nas últimas décadas, o mundo passou por uma transformação que mudou a maneira com que as pessoas executam as tarefas do seu dia a dia. Com as mudanças significativas que aconteceram motivaram as pessoas a se tornarem cada vez mais conectadas. As pessoas mudaram a forma de se relacionar, antes viviam apenas no meio social e depois aos poucos se adaptando para o virtual.

Com isso, as informações começaram a ser compartilhadas de forma mais rápida e democrática e soluções foram desenvolvidas para facilitar tarefas antes consideradas complexas (ANDRANDE; FRANCISCO; MENEGUSSI, 2019)

A tecnologia, atualmente, se faz presente em diversas áreas de atuação, pois ela proporcionou ao ser humano descobrir a fórmula para aumentar a produtividade com mais eficiência, precisão, confiabilidade e promovendo um crescimento rápido.

Nesse cenário, nota-se que o crescente uso de tecnologias baseadas em Inteligência Artificial tem mudado a forma com que as pessoas se organizam, aprendem e se relacionam nos ambientes pessoal e profissional. A educação também sentiu a evolução, pois tal fenômeno contribuiu para com o aumento da qualidade dos processos que envolvem o ensino e aprendizagem (ANDRANDE; FRANCISCO; MENEGUSSI, 2019).

O número de empresa inovadoras de base tecnológica tem crescido ano a ano. Conforme estimativa da IDC (*International Data Corporation*) no ano de 2019, o mercado de Tecnologia da Informação iria crescer 10,5% se comparado ao ano anterior, impulsionado pelos processos de transformação digital, por movimentos de substituições de tecnologias e pelas vendas de *personal computers (PCs)*, *tablets*, *smartphones*, impressoras e outros dispositivos. Entre as principais tendências apontadas pela pesquisa, encontra-se o setor de Inteligência Artificial, área em que os investimentos globais devem chegar a US\$ 52 bilhões até 2021. A pesquisa aponta que a previsão do uso de inteligência artificial é de 20% das empresas usando tecnologias de voz para interação com clientes até o ano de 2022 (CUNHA; MENDES; ZAMBONINI, 2019).

A tecnologia está em constante desenvolvimento, partindo não somente de problemas a serem resolvidos na sociedade, mas também da possibilidade de inovar e aperfeiçoar a vida da sociedade, desde o mais complexo ambiente de negócio até as atividades mais simples do cotidiano. A evolução tecnológica é de extrema importância para evolução da sociedade, nas diferentes áreas, proporcionando a eficiência e a qualidade nas operações, estimulando o conhecimento e sustentando novas descobertas.

Sendo assim, considera-se que a sociedade tecnológica está inserida em um ciclo contínuo de evolução em razão da necessidade, eficiência e trazendo praticidade.

É essencial que todo esse desenvolvimento seja utilizado a favor da sociedade, pois uma grande evolução tecnológica, gera transformações que inevitavelmente se refletem nas ideias e posicionamentos de seus indivíduos (BOVÉRIO; PATINO; ABREU, 2018).

As inovações em novas tecnologias surgem a cada dia, as cidades inteligentes é um tema de destaque na determinação dos avanços tecnológicos, para se enfrentar os desafios da dinâmica urbana, provendo inovações e soluções tecnológicas que incrementem a gestão das cidades e que promovam melhorias na vida das pessoas e nas condições de operações das organizações (WEISS, 2019).

De acordo com Boles (2017), o desenvolvimento das novas tecnologias trouxe muitos negócios privados e públicos, ou seja, para as empresas, a ideia seria continuar a fazer de forma simples e eficiente visando a ampliação dos lucros com menos custos. Nesse sentido, tornou-se imprescindível entender os novos valores de mercado que a economia digital poderia gerar e examinar alternativas para que o desenvolvimento de novas tecnologias fosse acelerado, permitindo em um futuro muito próximo que as atividades das empresas e dos clientes pudessem estar cada vez mais conectadas.

A partir dessa nova visão, a otimização no uso dos recursos tecnológicos que garantem com pouca margem de riscos o funcionamento do mercado digital. Pode-se dizer que a tecnologia torna-se peça-chave para atingir o objetivo de utilização de recursos de forma mais eficiente, gerando eficiência tecnológica e aumentando a eficiência econômica no rol das economias (BOLES, 2017).

Diante de um mercado em constante globalização, e considerando a constante evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação, a inovação e a competitividade estão entre os principais mecanismos estratégicos para as organizações atingirem os objetivos do mercado. Também ocorreram modificações importantes no setor financeiro dos bancos, com destaque para o surgimento de startups fintechs, um segmento que oferece soluções inovadoras na área financeira, com foco em necessidades e oportunidades do público-alvo (OLIVEIRA, 2019).

Com a vasta quantidade de informações e conhecimentos disponíveis na internet, acessíveis de forma rápida e fácil, incrementa cada dia mais a quantidade de pessoas e organizações que a ela recorrem para resolver suas demandas, proporcionando significativos ganhos de eficiência, reduzindo a necessidade de

deslocamento de pessoas, facilitando a forma de se comunicar, além de promover a intensificação da inteligência necessária para a atuação no atual contexto econômico. A nova geração de empresas na utilização de novas tecnologias, são as chamadas *tech*, capazes de refletir dúvidas, sentimentos, comportamentos e expectativas nos indivíduos (WEISS, 2019).

A tecnologia revolucionou a forma de se trabalhar, locomover e de se comunicar, e está cada vez mais revolucionando o mercado financeiro e mostrando como pode ser descomplicado e seguro se relacionar com uma instituição financeira de forma totalmente digital. Com algumas falhas deixada pelos grandes bancos em determinados assuntos, quando se trata de desburocratização dos processos, startups totalmente baseadas em tecnologia são chamadas de *Fintechs*, criando um grande negócio (AZOLINI, 2019).

O grande acesso à informação e o surgimento de uma nova geração concentrada no ambiente digital são fatores importantes que influenciaram e alteraram o comportamento do consumidor, nos mais diversos setores da economia. Até então, o desenvolvimento de novos padrões tecnológicos estava centrado nas próprias instituições bancárias e financeiras. O cenário que antes era apenas dominado pelos bancos, tornou-se diferente, pois surgiram novas empresas no mercado competindo com os bancos em nichos e produtos, estas empresas são as denominadas *fintechs*, empresas startups que oferecem produtos e serviços financeiros e possuem alto nível de tecnologia (BARBOSA, 2018).

2.1.2 Fintechs

Ao longo dos anos o mercado financeiro vem se desenvolvendo tecnologicamente, principalmente no setor digital. Os novos modelos de negócios baseados em tecnologia e as inovações digitais relacionadas aos serviços financeiros são denominados *fintechs*.

As *fintechs* são *startups* tecnológicas que estão cada vez mais inseridas no mercado, criando uma rivalidade entre os agentes bancários e financeiros tradicionais, e abrange uma variedade de serviços, como *crowdfunding*, plataformas e soluções de

pagamento *on-line*, e transferências. As *Fintechs* estão atraindo interesse de clientes já usuários de serviços bancários e de fundos de investimento, que os vê como o futuro do setor financeiro (DAROLLES, 2016).

Fintech é uma empresa, uma *startup*, que oferece serviços financeiros tanto para pessoas físicas quanto para empresas e demais instituições (pessoas jurídicas). Uma parte desses serviços pertence ao leque dos produtos bancários já existentes no mercado, como os sistemas de emissão de boletos de cobrança e cartão de crédito, financiamentos, transferência de recursos, entre outros. Outros serviços são diferenciados, pois um dos desafios das *Fintechs* consiste em preencher as lacunas deixadas pelas instituições financeiras tradicionais (MATTOS; GUEDES, 2019).

Fintech é um fenômeno global e vem ocorrendo no Brasil. O sistema financeiro e bancário brasileiro é um setor, assim como nos outros países, de grande representatividade na economia brasileira, e seu processo evolutivo é impactado pela evolução internacional do setor, permitindo o surgimento de um ecossistema de *fintechs* no Brasil (BARBOSA, 2018).

O termo, da contração de *financeira* e *technology*, refere-se a soluções tecnológicas aplicadas ao setor financeiro, isto é, ao uso de tecnologia na entrega de serviços financeiros. Engloba companhias, em geral *startups*, que usam inovações do mundo digital e informacional para criar e melhores serviços, tanto para os clientes quanto para os negócios, nas áreas de gestão de finanças pessoais, seguros, pagamentos, gestão de ativos e entre outras (BRAZ, 2018).

Atualmente, o termo *Fintech* está diretamente ligado aos conceitos de inovação e disrupção. Ao explorar um segmento de mercado de clientes insatisfeitos com as instituições financeiras tradicionais, as *fintechs* tiveram um excelente crescimento em pouco tempo. Contudo esse crescimento evidenciou de forma irreversível as falhas das instituições financeiras tradicionais. Uma falha revelada neste processo foi a ausência de preocupação com a retenção de clientes, principalmente os mais jovens, isso porque não havia opções de substituição, pois um cliente insatisfeito poderia mudar de banco, mas não tinha opção de sair do mercado bancário. (MARQUES, 2019)

A partir da evolução tecnológica começaram a surgir novas empresas de *startup* financeiras, empresas recém-criadas dedicadas à prestação de serviços financeiros apoiadas em soluções tecnológicas. Após 2008, a tecnologia levou-nos ao grande *boom* no mercado das *fintech*, não só pela pós-crise, mas também derivado de algumas falhas na regulamentação bancária (FERNANDES, 2019).

Em 2008, houve uma rápida expansão nos tipos de negócios que, através da tecnologia, passaram a fornecer serviços e produtos financeiros cada vez mais rápidos, com uso dos smartphones. As *Fintechs* não se limitam a setores específicos ou modelos de negócios, mas abrange todo o escopo de serviços e produtos tradicionalmente fornecidos pelo setor de serviços financeiros, e compreende algumas áreas principais, como finanças e investimento, operações e gerenciamento de riscos, pagamentos, dados segurança e interface do cliente (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015).

Feito uma análise por trás do surgimento das *fintechs*, isso inclui fatores como o início da revolução digital e fatores como surgimento de novos modos de consumo. A crise financeira que aconteceu em 2008 também teve um papel importante papel, incentivando uma regulamentação mais rigorosa e um crescente sentimento de desconfiança entre consumidores para os bancos (DAROLLES, 2016).

Conforme Oliveira (2018), as *Fintechs* utilizam as tecnologias como base para a entrega de serviços, utilizando principalmente plataformas digitais. Tem ganhado cada vez mais destaque devido a quantidade de investimento que tem adquirido, quanto pelas inovadoras soluções financeiras que, em alguns casos, têm como principal resultado a inclusão financeira e social de indivíduos.

As mudanças têm sido tão expressivas que podem até mesmo desestruturar o sistema atual, revolucionando o modo de como as empresas entregam produtos e serviços, democratizando o acesso ao mercado financeiro e criando oportunidades. São exemplos de inovações dentro do campo da *Fintech*: Inteligência artificial, máquinas que aprendem e sistemas de pagamento por smartphones. Com o surgimento de *Fintechs* ameaçando os bancos tradicionais, as instituições financeiras começaram a se mobilizar, e estão investindo em novas tecnologias e busca de soluções digitais (FERREIRA, 2017).

Com a capacidade de revolucionar a economia como um todo, as *Fintechs* apresentam novas tecnologias que entregam algo novo para o consumidor ou fazem

algum serviço já existente de forma mais eficiente e com menor custo. Uma queda dos custos da intermediação financeira, promovida pelas *Fintechs*, geraria um aumento do consumo e, conseqüentemente, melhoraria na qualidade de vida das pessoas. Além disso, as *Fintechs* geram um efeito inclusivo, devido ao aumento da disponibilidade de meio de pagamentos, pessoas que antes não tinham acesso a serviços financeiros estão começando a ter, e com isso participam mais ativamente da economia, gerando mais riqueza e prosperidade (FERREIRA, 2017).

"*Fintech*", termo que se refere a nova geração de empresas especializadas em prestação de serviços financeiros, principalmente por meio de plataformas móveis e online, está mudando o financiamento de maneiras fundamentais, com a gestão de investimentos para levantamento de capital para a própria forma de moeda em si. A inovação da *fintech* reduziu as barreiras de entrada, expandiu o acesso a serviços financeiros e desafiou entendimentos tradicionais sobre como as finanças funcionam (MAGNUSON, 2018).

Conforme Pascual e Ribeiro (2018), devido a estrutura rígida dos bancos, muitas vezes altamente hierarquizada e burocratizada, as *Fintechs*, que possuem, geralmente, uma estrutura mais sucinta, podem trazer produtos e soluções inovadoras de uma forma muito mais rápida e competir de igual para igual com os maiores bancos do mundo, uma vez que a conectividade quase onipresente no mundo atual extinguiu a necessidade de se estabelecer uma presença física para se conquistar os clientes.

Dessa maneira, muitas *Fintechs* iniciam seu modelo de negócios voltado para aqueles consumidores que são atendidos de forma insatisfatória pelos bancos tradicionais existentes. Sendo assim, muitas *Fintechs* agirão embasada em suas soluções altamente tecnológicas e automatizadas para buscar esses clientes insatisfeitos. Assim, pode-se dividir as *Fintechs* em duas propostas de valor divergentes: há aquelas que buscam a competição direta com os *players* tradicionais e aquelas que procuram oferecer soluções complementares a produtos existentes no mercado atualmente. (PASCUAL;RIBEIRO 2018)

As *startups fintechs* estão presentes em diversos países, com serviços inovadores para o segmento financeiro e bancário, atuando com uma estrutura tecnológica avançada, oferecendo serviços na área financeira e no setor bancário com

alto nível de escalabilidade, com ênfase para as experiências de seus clientes. As *fintechs* atuam no mercado com estrutura operacional compacta e com foco para o setor de desenvolvimento, e sua principal vantagem é a resolução de contratempos de forma simplificada para os consumidores, sem necessidade de longas chamadas telefônicas, insistência dos colaboradores ofertando produtos desnecessários apenas para completar seus objetivos de venda (OLIVEIRA, 2019).

O surgimento e o crescimento das *fintechs* só foram possíveis em decorrência do avanço da tecnologia registrado nas últimas décadas. Todo o modelo de negócio por trás dessas empresas de alta tecnologia só são concretizados com uma forte base de ferramentas, uma dessas tecnologias é o *big data*, que permite a armazenagem e a interpretação de um grande volume de dados, o que pode ajudar a própria empresa na prevenção de fraudes, ao identificar padrões fora da curva; e outra muito importante é o *blockchain*, uma tecnologia associada à criptomoeda *bitcoin*, quando na verdade se trata de uma estrutura de armazenagem e transmissão de dados em blocos, que se conectam formando uma "cadeia de bloco" (NOGUEIRA NETO; ARAUJO, 2020).

O surgimento das *fintechs* foi possível em resultância das novas tecnologias aplicadas ao setor bancário e financeiro. A influência das inovações sobre a evolução do sistema financeiro alterou o nível de concorrência do setor e possibilitaram que novas empresas, com novos modelos de negócio, entrassem em um mercado com grandes barreiras de entrada e com características de oligopólio. O surgimento de novas instituições bancárias e financeiras com os mesmos moldes das empresas já estabelecidas não seria possível dado o modelo de organização estabelecido do setor financeiro. Os avanços das *fintechs* no setor financeiro foram possíveis devido ao processo de digitalização e virtualização aplicado ao setor ao longo do tempo (BARBOSA, 2018).

Além de movimentarem milhões de dólares nos últimos anos, as *fintechs* têm transformado o mundo das finanças para investidores, empresas, instituições financeiras, governos e para a sociedade. A compreensão do que são, como funcionam, onde atuam e quais são alguns dos impactos gerados é de fundamental importância para todo agente que se propõem a atuar no mercado financeiro (BRAZ, 2018).

Esses novos negócios que agem de forma inovadora têm atraído bilhões de investimentos e levado o universo das *fintech* ao crescimento. A Fintechlab, organização que periodicamente analisa as iniciativas das *fintech* no Brasil, indicou que, de abril de 2016, com 130 *fintechs* no Brasil, o número passou, em 2018, para 404 organizações. Entre as *fintechs* monitoradas no Brasil, o Nubank®, que iniciou seus serviços em 2013 ofertando cartões de crédito sem tarifas e anuidade, desenvolvendo soluções 100% digital, ganhou a atenção do público e conta com uma base de 8 milhões de clientes (FINTECHLAB, 2018 *apud* KOCHE, 2019).

Então, resumidamente, as chamadas *fintechs* são iniciativas que unem tecnologia e serviços financeiros, integrando um universo de *startups* financeiras que atuam em plataformas digitais com o objetivo de ofertar uma nova experiência para clientes de serviços financeiros.

2.2 Gerações

Desde o início, as *fintechs* têm como alvo jovens que fazem parte das gerações que estão acostumadas à interatividade e com rápidas soluções. No entanto, esta estratégia não está isenta de riscos. Em média, as gerações mais jovens possuem menos ativos do que o resto da população e a diferença é particularmente ampla em relação às gerações mais antigas, que tendem a ter uma considerável riqueza financeira (DAROLLES, 2016).

A transição da utilização da mão obra humana para a automatizada trouxe insegurança, medo e resistência por parte de alguns trabalhadores, provocando também mudanças nos padrões de comunicação, controle comportamental, aprimoramento do tempo, entre outros (BINOTTO *et al.*, 2020).

A partir do período histórico é possível aprofundar as possibilidades e limitações que se apresentam para um grupo a partir do contexto econômico, social e cultural que ele vivencia, além de permitir o aprofundamento da discussão sobre o tempo cronológico que define uma geração, experiências comuns e relações com outras gerações. A partir dessa diretriz, ressalta-se a importância de considerar as relações que

o indivíduo estabelece com o sistema de formação e com o mercado de trabalho (OLIVEIRA, PICCININI, BITENCOURT, 2012).

O conceito de Geração ressalta que o aspecto cronológico é apenas um dos itens que deve ser considerado na delimitação de uma geração, sendo importante que se incorpore a ideia de classe, de contexto histórico, de vivências comuns e de relações familiares e intergeracionais (OLIVEIRA, PICCININI, BITENCOURT, 2012).

Cada geração possui suas próprias características, sendo diferenciadas em relação a valores, crenças, prioridades, diversidade, desequilíbrios e conflitos, além de estarem inseridos em épocas e ambientes de criação diferentes. Logo, se cada geração possui características que as diferenciam das demais e o ambiente organizacional é composto por agrupamentos de diversas gerações, é esperado que estas percepções sejam diversas e que atributos como a satisfação com o trabalho também ofereçam nuances de consideração e interpretação por cada grupo (OLIVEIRA; PEREIRA; VEDOVELLI, 2016).

As gerações também podem variar quanto à proporção, pois podem depender do número de nascimentos que ocorreram durante um determinado período. O tamanho de uma geração pode ter um impacto significativo no curso de vida dos indivíduos que pertencem a ele, bem como sobre aqueles que pertencem a outras gerações. Além disso, o tamanho de uma geração pode afetar a economia de um país e a sociedade como um todo, com uma nova geração virão novas tecnologias, hábitos e costumes entre outros (FORMENTON; STEFANO, 2017).

A tecnologia e o fácil acesso as informações contribuem para um cenário em que tudo se modifica muito rápido. Antes era mais fácil prever certos comportamentos, pois as gerações se alternavam em intervalos maiores, mas com o passar do tempo elas estão presentes cada vez mais cedo nas organizações. As gerações que estão inseridas no mercado de trabalho a muito tempo, muitas vezes se sentem incomodados com esses jovens que estão sendo inseridos, e isso gera um desconforto para quem está acostumado com alguns padrões (MANGILLI, 2014).

Gerações são produtos de eventos históricos, influenciados por mudanças nos padrões, refere-se a mudanças de comportamentos observadas em determinado grupo de pessoas da sociedade. O que diferencia uma pessoa da outra é a forma como cada

uma interpreta os fatos de acordo com seu tempo, personalidade e educação. As novas gerações representam uma gama muito grande de pessoas, que se inseriram no mercado de trabalho exigindo mudança, chegam cheias de ideias, com seus valores e com muita vontade de crescer (MANGILLI, 2014).

Conforme Melo, Santos e Souza 2013, p.02, as gerações:

[...] têm sido definidas a partir da delimitação etária e por um conjunto de comportamentos relacionados com o ritmo de mudança, elevada interatividade, rapidez no acesso à informação e o entendimento do mundo. Sendo relevante reconhecer que as mudanças provenientes das novas tecnologias e das relações de trabalho atualmente se refletem também no ciclo de vida dos indivíduos, acredita-se que a ideia de considerar todo um grupo cronológico pode ser simplista e arriscada.

De acordo com Grubb (2018), algumas pessoas costumam se referir a data e ano de nascimento quando se fala em geração. A prática normalmente é englobar numa única geração todas as pessoas que nasceram entre o ano X e o ano Y, essa é uma maneira conveniente de traçar as divisórias. As gerações podem ser definidas como grupos identificáveis que têm em comum anos de nascimento, idade, localização, e eventos significativos ao longo da vida.

A influência social das gerações está diretamente relacionada às suas carreiras, caminhos trilhados em suas vidas conforme suas necessidades, expectativas e princípios. Cada geração apresenta diferentes histórias, culturas, perspectivas e interesses como planejar movimentos organizacionais, de sucessão, conhecimento e de trabalho, em busca da harmonia das carreiras e organizações (DANTE; ARROYO, 2017).

As gerações possuem características distintas, opiniões diversificadas, comportamentos desiguais, pois cada uma delas nasceu em épocas com situações diferentes, cresceram e se desenvolveram em ambientes onde as mudanças estavam sempre presentes. Portanto, cada geração possui suas prioridades, habilidades, seu potencial e diferencial que agregam valores as organizações (DINIZ *et al.*, 2015).

Costuma-se classificar gerações de acordo com o período em que as pessoas nascem, os indivíduos que cresceram num mesmo contexto histórico e que por isso, normalmente, têm perspectivas muito parecidas. Não há uma definição exata do ano em que surgiu cada geração, pelo fato de não ser possível a divisão exata de um ano para

outro, mas costuma-se definir o surgimento dessas gerações de acordo com movimentos históricos e culturais ocorridos em determinados períodos. Dessa forma, existem algumas gerações que estão presentes como *Baby Boomers*, Geração X, Geração Y e Geração Z (RODRIGUES, 2014).

2.2.1 Geração *Baby Boomer*

Entre o período de 1946 e 1964 ocorreram diversas mudanças significativas em todo o mundo, mas pode-se destacar a década de 1940, que foi marcada pelo fim da segunda guerra mundial. Os países que se envolveram no conflito, durante o período compreendido entre 1946 e 1964, alcançou altos níveis da taxa anual de natalidade, e pôde-se observar uma explosão demográfica, por esse motivo as crianças que nasceram ao longo desses anos são denominadas *baby boomers* (CORREA, 2012).

O termo inglês *baby boomer* foi traduzido para língua Portuguesa como explosão de bebês, fenômeno ocorrido nos Estados Unidos logo após o término da Segunda Guerra, quando os soldados que estavam na guerra retornaram às suas casas e conceberam filhos em uma mesma época (CIRIBELI; RAMOS, 2016).

As pessoas nascidas entre 1948 e 1963 são a geração *baby boomers*, e são conhecidos por terem revolucionado o mundo lutando pelos seus ideais, transpondo antigos costumes, lutando para fortalecer as minorias e protestando contra injustiças. É a geração que mudou o mundo com a música, com seu modo de pensar jogado em melodias. Assim os valores foram questionados e os costumes foram redefinidos, conquistaram o direito de ser jovens e revolucionaram o jeito de pensar e agir de todos. Na década de 1960, os *baby boomers* começaram a ter seus próprios filhos e assim surgiu a geração X (MELO; SANTOS; SOUZA, 2013).

Nascidos até 1964, a geração *baby boomer* demonstra ser motivada, otimista e focada no trabalho, valoriza o status e a evolução profissional dentro da empresa, à qual são leais e altamente comprometidos. Pela época, costumam ser adultos conservadores, e no Brasil correspondem a 34% da população economicamente ativa, segundo dados disponíveis no IBGE (VELOSO; DUTRA; NAKATA, 2016).

São orientados para alcançar objetivos, com oportunidades educacionais e financeiras maiores do que as gerações anteriores, e isso se deve à dedicação e foco na carreira. Equilibram trabalho e posição com autoestima, são bastante competitivos no local de trabalho. É uma geração esperta, engenhosa e que se esforça para vencer, e por isso acreditam na estrutura hierárquica e ranking e podem ter dificuldade em ajustar as tendências de flexibilidade no local de trabalho (FORMENTON; STEFANO, 2017).

Essa geração compartilhou a condição de pleno emprego ao longo da recuperação do pós-guerra americano, são filhos de uma geração de operários aculturados no ambiente de trabalho sob o rigor da hierarquia e da padronização que, por sua vez, caracterizou o processo da produção em massa. De forma mais ampla, a geração *boomer* representa também a explosão demográfica, que na época atingia níveis de até 6 filhos por casal em idade fértil (SOARES, 2012 *apud* SANTOS, CESTARO,AUGUSTO, 2014).

Muitos membros dessa geração são conhecidos por serem leais as empresas onde trabalham e são competitivos, orientados para o alcance dos resultados. Por isso, os membros dessa geração costumam dividir os alcances em sucesso ou fracasso, mas têm dificuldade de lidar com perdas, incluindo status e poder e, na sua ocorrência, a adaptação transcorre um lento e doloroso processo. Ainda, os *boomers* têm dificuldades com comunicação e *feedback* e nem sempre possuem um relação estreita com tecnologias digitais, pois aprenderam a lidar com elas depois de adulto (SANTOS, CESTARO,AUGUSTO, 2014).

Assim, pode-se dizer que os *Baby Boomers* são colaboradores que se dedicam às empresas e aos seus trabalhos, que focam em resultados, deixando muitas vezes a qualidade de vida de lado. Como não nasceram com a tecnologia digital, tiveram dificuldades para se adaptar ao mundo tecnológico e as rápidas mudanças que vem acontecendo, mas isso não gera limitações, pois são bons líderes que estão abertos ao aprendizado.

2.2.2 Geração X

Nascidos entre 1965 e 1977, a geração X encontrou um cenário de mudanças na família, com pai e mãe trabalhando, sentimento de culpa das mulheres pela ausência do lar, gerando dificuldades de colocar limites em seus filhos. As pessoas da Geração X tendem a serem individualistas, irreverentes, autoconfiantes; valorizam muito a lealdade a si mesmas. No ambiente de trabalho, costumam adotar uma postura mais cética, gostam de variedade, desafios e oportunidades, querem trabalhar com liberdade, flexibilidade e sentem necessidade de *feedback* (COMAZZETTO *et al.*, 2016).

Quanto à estrutura familiar, são filhos de mães que trabalhavam fora, pais separados, provocando grande sentimento de culpa das mulheres por se ausentarem de seus lares, o que levou à dificuldade na colocação de limites e na estruturação de disciplina. Essa convivência promoveu a quebra de padrões considerados arcaicos sociais e morais (MELO; SANTOS; SOUZA, 2013).

Para a Geração X, a vivência não foi tão fácil. Nascidos entre os anos de 1965 e 1979, ingressaram no mercado de trabalho por volta dos anos de 1985 a 2000. Com as mudanças na sociedade influenciadas pela globalização, a crise econômica já estava presente. Como o trabalho era incerto devido à crise, não tinham muito o que debater, era aceitar o que tinha e esperar o tempo de lazer para amenizar as tensões do trabalho. Seus principais valores são: vida equilibrada, satisfação no trabalho, importância da família e dos relacionamentos. Não fidelizam as organizações, pois priorizam interesses pessoais. Como profissionais valorizam o trabalho e buscam ascensão profissional, sendo independentes e autoconfiantes (MANGILLI, 2014).

Conforme Rodrigues (2014), a Geração X são filhos da geração dos *Baby Boomers*, que já nasceram podendo usufruir de direitos conquistados pelos pais, tanto no que diz respeito a uma estrutura familiar como quanto ao questionamento dos poderes governamentais. Dessa forma, tiveram, deste modo, uma vida social e familiar com menos cobranças que seus pais.

A geração X foi uma geração totalmente influenciada pela televisão e pelos ícones de sua época. Estimulada pela mídia a desejar tudo o que via, essa geração

sonhava com a independência financeira e com isso ingressava desde cedo no mercado de trabalho. (RODRIGUES, 2014).

Com cenário de mudanças sociais e evolução tecnológica, a geração X tem jovens de características e estilos de vida diferentes, entre eles existem os revolucionários, que são aqueles interessados em política que manifestavam seus ideais em movimentos estudantis; os musicais, que num primeiro momento manifestavam, através da música, seus valores e posições políticas e familiares (LADEIRA; COSTA; COUTO COSTA, 2014).

Esses jovens buscaram estabilidade financeira para rapidamente constituírem família, são tolerantes e cuidadosos em suas escolhas e submetem-se de forma passiva a regras (LADEIRA; COSTA; COUTO COSTA, 2014).

Conhecidos como a Geração X, são pessoas que contemplaram o surgimento e desenvolvimento da tecnologia, que ficou conhecida como “era da informação”. Pensam em qualidade de vida e prezam por liberdade no trabalho e nas relações que assumem ao longo da vida. Caracterizados como pessoas auto centradas, empreendedoras e extremamente independentes, iniciam o movimento de busca por equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Alguns se tornaram diretores de grandes empresas que acabam tendo os jovens da geração Y como seus funcionários onde conflitos surgem a partir das diferenças existentes entre essas duas gerações que encaram a vida pessoal e profissional de modos distintos (CARVALHO, 2017).

2.2.3 Inclusão das gerações no mercado digital

Com o crescimento da população idosa no país, em seguida ocorre também um avanço das tecnologias de informação e comunicação. A utilização de computadores e internet a cada dia se torna mais necessária e importante, para o convívio social, com a inserção dessas novas tecnologias na sociedade houve modificações culturais, sociais e econômicas (MACIEL; PESSIN; TENÓRIO; 2012).

Um estudo do IBGE aponta que houve crescimento no acesso à internet, desde 2005, por brasileiros a partir de 50 anos de idade. Esse avanço está diretamente ligado à maior qualidade de emprego da população, que ao longo desses anos conquistou um

rendimento mais alto, de forma geral, em razão de uma melhora do cenário econômico de todo o país (VEJA, 2013). Isso mostra como as gerações *baby boomer* e X estão dispostas a fazer uso das tecnologias atuais.

As gerações mais novas se mostram aptas a trocar seus dispositivos tecnológicos na mesma velocidade em que eles são lançados. Há, portanto, outro ponto quando se refere ao acesso limitado que a comunidade da terceira idade possui, esse grupo, quando se depara com objetos tecnológicos, mostram medo e receio em manusear dispositivos que para os jovens parecem tão simples (SOUZA, 2017).

Para que essas gerações acessem e façam bom uso das TICs, existe a necessidade da inclusão digital, ou seja, garantir a todas as pessoas o acesso a informações, a fazer pesquisas, mandar e-mails e facilitar sua própria vida fazendo uso da tecnologia. As tecnologias auxiliam a modificar essa fase da vida e contribuir para um aumento na comunicação com os familiares, que nessa fase os encontros costumam ser mais raros.

Para Goulart (2007, p. 118), a inclusão envolve

[...] o acesso à informação através das redes digitais, em que a informação, após ser reelaborada, torna-se conhecimento e, como consequências, teremos uma melhor qualidade de vida, das pessoas que dela se apropriam e na vida dos idosos é entendida como uma participação mais efetiva na sociedade, promovendo a cidadania digital, resgatando desta forma a inclusão social através da integração com diferentes e diversos grupos.

O Processo de inclusão social do idoso pode acontecer através da internet, gerando informação e transmitindo conhecimento. A inserção digital e o contato dos idosos com as TIC podem proporcionar um envelhecimento mais ativo, através de ambientes de aprendizagem e compartilhamento, desenvolvendo habilidades e conhecimento (SOUZA, 2017).

A inserção do idoso no mundo digital é necessária, pois amplia suas fontes de informação, contatos e conhecimento. O acesso a novas tecnologias, especialmente na fase da aposentadoria, possibilita usufruir de novas oportunidades tecnológicas em seu tempo livre, antes ocupado pelo trabalho e, com o acesso a redes sociais seria como um elo de comunicação ao interagir com as pessoas, retomando seu convívio social, trazendo consigo novas oportunidades de participação em grupos, busca de informação,

conhecimentos e aprendizados desenvolvendo novos hábitos de vida (CARMO; ZAZZETTA, 2016)

É perceptível a necessidade que o idoso tem de se informar e transmitir conhecimento, seja no seu contexto familiar ou em outros grupos, no entanto, muitas vezes, as novas ferramentas de comunicação podem se apresentar mais como uma obstáculo do que como um aprendizado quando essas pessoas que estão na gerações baby boomer não é devidamente inserido no contexto digital. Neste processo, a inclusão digital se torna aspecto relevante para a contribuição do bem-estar social (SOUZA, 2017).

3 METODOLOGIA

Para Gerhardt e Silveira (2009), metodologia é o estudo sistemático e lógico dos métodos empregados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas. Em geral, o método científico compreende um conjunto de dados iniciais e um sistema de operações ordenadas adequado para a formulação de conclusões, de acordo com certos objetivos predeterminados.

Dessa forma, esta seção apresentou o estudo dos métodos, ou seja, como a pesquisa será desenvolvida para o alcance dos seus resultados. Para essa finalidade, serão apresentados a natureza da pesquisa e seu objetivo, universo e amostra, tipologia da pesquisa e pôr fim a coleta e análise de dados.

3.1 Classificação da Pesquisa

As pesquisas científicas podem ser classificadas referente a sua natureza em dois tipos: qualitativa e quantitativa. Conforme Alyrio (2009), pesquisa qualitativa é o estudo de um objeto, buscando interpretá-lo em termos do seu significado, sendo o objetivo considerar a totalidade e não dados ou aspectos isolados. Ainda segundo o autor, a pesquisa quantitativa é utilizada nos casos em que se procura identificar quantitativamente o nível de conhecimento, as opiniões, impressões, hábitos e comportamentos de determinado fenômeno.

A partir da visão do autor (2009), pode-se concluir que a presente pesquisa é de natureza quantitativa, pois será feita uma análise estatística a partir dos dados obtidos por questionários.

Com relação ao objetivo de uma pesquisa, Triviños (1987) define que, em geral, existem três tipos de estudos: exploratórios, descritivos e experimentais.

O estudo exploratório permite ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema, partindo de uma hipótese. No estudo descritivo é exigido do pesquisador uma série de informações sobre o que se deseja pesquisar, o foco principal reside no desejo de conhecer o fenômeno, seus problemas e valores entre

outros. Já o estudo experimental segue para o avanço do que se considera pensamento científico.

Com base nas definições de Triviños (1987), esta pesquisa será descritiva, pois terá como objetivo identificar as motivações que levam as Gerações X e *Baby Boomer* ao mercado digital no setor bancário, descrever as dificuldades das Gerações X e *Baby Boomer* para o uso de tecnologia da informação e comunicação no setor bancário e analisar as possíveis melhorias no uso de ferramenta digital no setor bancários sob a perspectiva de pessoas das gerações X e *Baby boomer*.

3.2 Universo e Amostra

O universo da pesquisa gira em torno dos indivíduos que fazem parte das gerações X e *baby boomer*, ou seja, pessoas que tem idades, aproximadamente, entre 43 e 75 anos.

De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), levantamentos abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, o mais frequente é trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo. O cálculo da amostra foi feito através da calculadora amostral da Comento (calculadora que determina a amostra ou a margem de erro), com uma margem de erro de 5% e com 90% de nível de confiança.

Dessa forma, para o universo de indivíduos das gerações X e *baby boomer*, para que a pesquisa seja desenvolvida com validade, será necessário coletar respostas de um total de 64 respondentes. Devido á pesquisa ser desenvolvida juntamente as pessoas da gerações X e *baby boomer* e por conta da pandemia o questionário só pode aplicado de forma virtual a quantidade de respondentes não foram atingidas.

3.3 Tipologia da Pesquisa

O tipo de pesquisa utilizada para a pesquisa é denominada de *survey*. Segundo Babbie (1999), o método de pesquisa *survey* facilita a abertura da ciência, pois envolve

a coleta e quantificação de dados, os dados coletados se tornam fontes permanentes de informação.

A pesquisa *survey* se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado, para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados. (GIL, 2008).

Logo, o estudo fará uso de um questionário, com perguntas fechadas, para que os dados sejam coletados, juntamente a 64 respondentes das gerações X e *baby boomer*, logo depois quantificados e analisados para obtenção dos resultados.

3.4 Coleta e Análise de Dados

Segundo Gerhardt e Silveira (2009), o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador. Objetiva levantar opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas.

A partir da definição, pode-se afirmar que a pesquisa fará uso do instrumento de coleta de dados denominado questionário. O instrumento foi formulado com questões fechadas, que devem ser respondidos em uma Escala Likert de 5 pontos – discordo totalmente, discordo parcialmente, não concordo nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente. O questionário foi desenvolvido com base no referencial apresentado neste estudo, e encontra-se no Apêndice A.

O questionário será aplicado pelo formulário *Google Forms*, de forma *online* e presencial, e deverá ser coletado no período de julho a setembro de 2020, para em seguida ser feita a tabulação dos dados e a devida análise.

A análise dos Dados será realizada por meio da estatística descritiva, ou seja, para que, de forma gráfica e numérica, sejam tiradas observações sobre o comportamento e a perspectiva das gerações X e *baby boomer* frente as *fintechs*.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com o avanço da tecnologia configuram-se novos cenários e novas relações, que no contexto social levam o indivíduo a fazer parte de um universo cada vez mais digital e interativo. Para os jovens não é tarefa difícil, pois já nasceram inseridos em um ambiente tecnológico, porém o público da terceira idade ainda tem dificuldades de entrar neste universo, visto a diferença de gerações e contextos sociais em que nasceram. (MACIEL PESSIN; TENORIO, 2012).

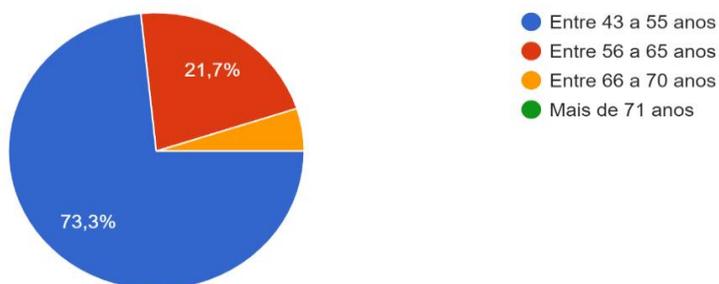
Nesta seção serão apresentados os dados obtidos através do instrumento de pesquisa, que foi o questionário. Com isso, inicialmente será apresentado o perfil dos respondentes, para em seguida discorrer sobre as motivações, dificuldades e possíveis melhorias para as gerações Baby Bommer e X ao fazer uso dos bancos digitais.

4.1 Perfil dos Respondentes

Nesta pesquisa obteve-se 60 respostas entre mulheres e homens das gerações Baby Boomer e X. Os principais respondentes foram o sexo feminino, com 70%, e 30% foram os homens. O perfil que apresentou mais respondentes foi a geração X, que corresponde a pessoas entre 43 e 55 anos, com 73,3% de respostas; e a geração Baby boomer, com 26,7% das respostas, conforme o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Faixa etária

2. Faixa Etária
60 respostas



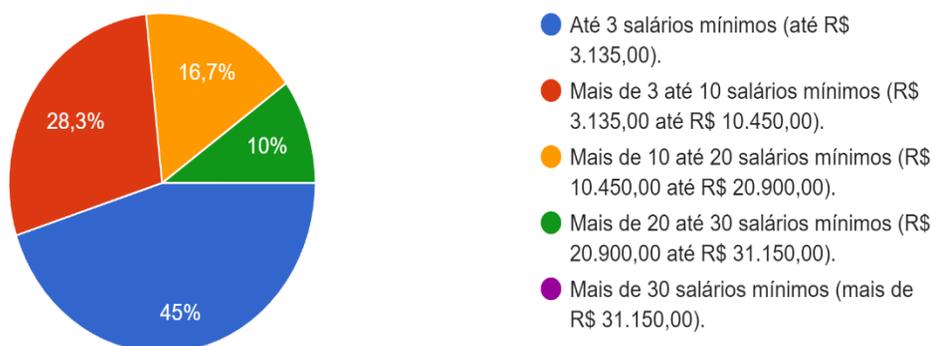
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Outro dado que foi coletado na pesquisa foi a renda como podemos ver no Gráfico 2, é possível perceber que a maioria dos entrevistados possuem renda de até R\$ 3.135,00, apesar da pesquisa ter obtido respondentes de todas as rendas. A maioria dos respondentes dessa pesquisa foram mulheres da geração X, com renda de até 10 salários mínimos.

Gráfico 2 – Renda Familiar

3. Renda Familiar

60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

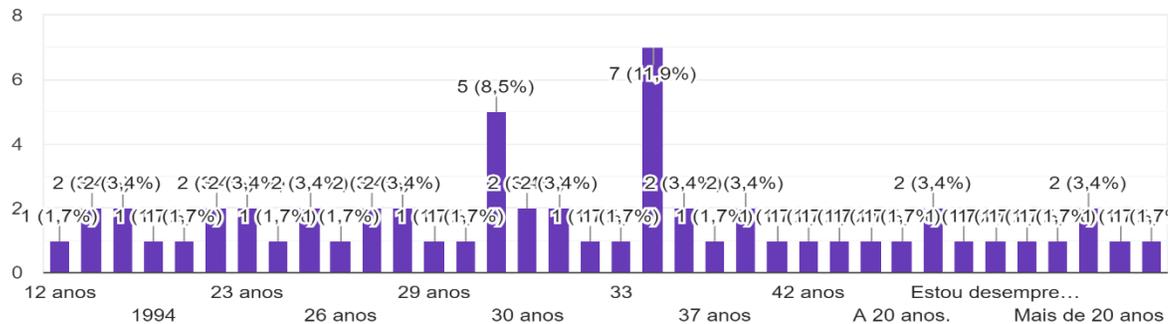
Conforme Darolles (2016), no o início, as *fintechs* têm como alvo jovens que fazem parte das gerações que estão acostumadas à interatividade e com rápidas soluções. No entanto, esta estratégia não está isenta de riscos. Em média, as gerações mais jovens possuem menos ativos do que o resto da população e a diferença é particularmente ampla em relação às gerações mais antigas, que tendem a ter uma considerável riqueza financeira.

Em seguida foi questionado quanto tempo cada respondente está no mercado de trabalho, como mostra no Gráfico 3 as respostas foram em torno de 23 a 42 anos.

Gráfico 3 – Tempo no mercado de trabalho.

4. Há quanto tempo está no mercado de trabalho?

59 respostas



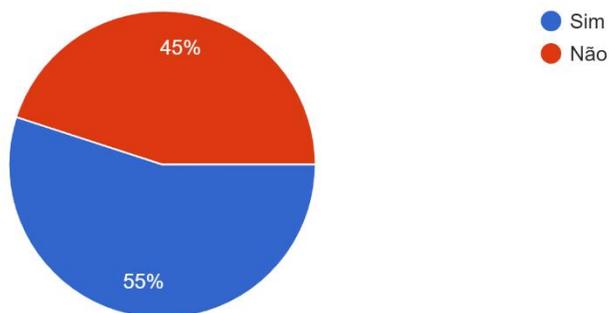
Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Quanto ao uso de aplicativos de bancos digitais, no Gráfico 4 mostra que 55% dos respondentes indicaram que já fizeram uso de aplicativos de bancos digitais e 45% responderam que não fizeram uso. Isso já pode ser um indício de que há uma dificuldade de uso de plataformas digitais por indivíduos das gerações X e *Baby Boomer*.

Gráfico 4 – Uso de aplicativo de bancos digitais.

5. Você já fez uso de aplicativos de bancos digitais?

60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Portanto o Gráfico 4, valida a Veja (2013), que mostra um estudo do IBGE aponta que houve crescimento no acesso à internet, desde 2005, por brasileiros a partir

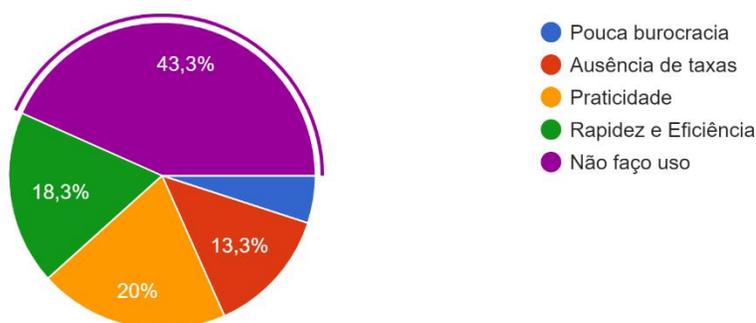
de 50 anos de idade. Esse avanço está diretamente ligado à maior qualidade de emprego da população, que ao longo desses anos conquistou um rendimento mais alto, de forma geral, em razão de uma melhora do cenário econômico de todo o país.

Em outra questão foi perguntado o porquê de não se fazer uso de aplicativo de bancos digitais, e com isso 20% indicou que por conta de risco de fraude, 18,3% por falta de segurança, 16,7% por dependência tecnológica e 6,7% por falta de agência física. Apesar disso, metade dos respondentes, que fazem uso de plataforma digitais, afirmaram que decidiram fazer uso dos bancos por conta da indicação de familiares, amigos e redes sociais.

Quando se foi perguntado o porquê que se usa banco digital, 20% responderam que pela praticidade, 18,3% pela rapidez e eficiência, 13,3% pela ausência de taxas e 5% por pouca burocracia, como mostra o Gráfico 5. Com o avanço da tecnologia os bancos digitais estão ganhando cada vez mais espaço no mercado, pois oferece várias vantagens, mas ainda existe um bloqueio de pessoas mais velhas em confiar em bancos que não existe agência físicas.

Gráfico 5 – Porque uso banco digital.

6. Caso a resposta da questão 5 tenha sido positiva, responda: Uso banco digital porque...
60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Assim, pode-se dizer que as gerações percebem pontos positivos e negativos no uso de *fintechs*, conforme resumo apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Perspectiva dos respondentes sobre uso de banco digitais.

POSITIVOS	NEGATIVOS
Praticidade	Fraude
Rapidez e eficiência	Falta de segurança
Ausência de taxas	Dependência tecnológica
Pouca burocracia	Falta de agência física

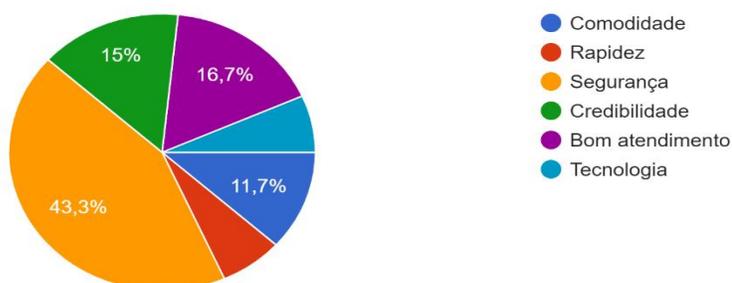
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Com a capacidade de revolucionar a economia como um todo, as *Fintechs* apresentam novas tecnologias que entregam algo novo para o consumidor ou fazem algum serviço já existente de forma mais eficiente e com menor custo com a ausência de taxas. Além disso, as *Fintechs* geram um efeito inclusivo, devido ao aumento da disponibilidade de meio de pagamentos, pessoas que antes não tinham acesso a serviços financeiros estão começando a ter, e com isso participam mais ativamente da economia, gerando mais riqueza e prosperidade (FERREIRA, 2017).

Em seguida foi perguntado o que se procura em um banco, e pode-se ver no Gráfico 6 que 43,3% dos respondentes disseram que segurança, 16,7% disseram bom atendimento, 15% disseram credibilidade. Com isso, pode-se perceber que para as gerações X e baby boomer a segurança e o bom atendimento são fatores determinantes na escolha de um banco, então, quanto as exigências, os bancos digitais conseguem concorrer com os bancos já existentes no mercado atualmente.

Gráfico 6 – O que procura em um banco.

8. O que você procura em um banco?
60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

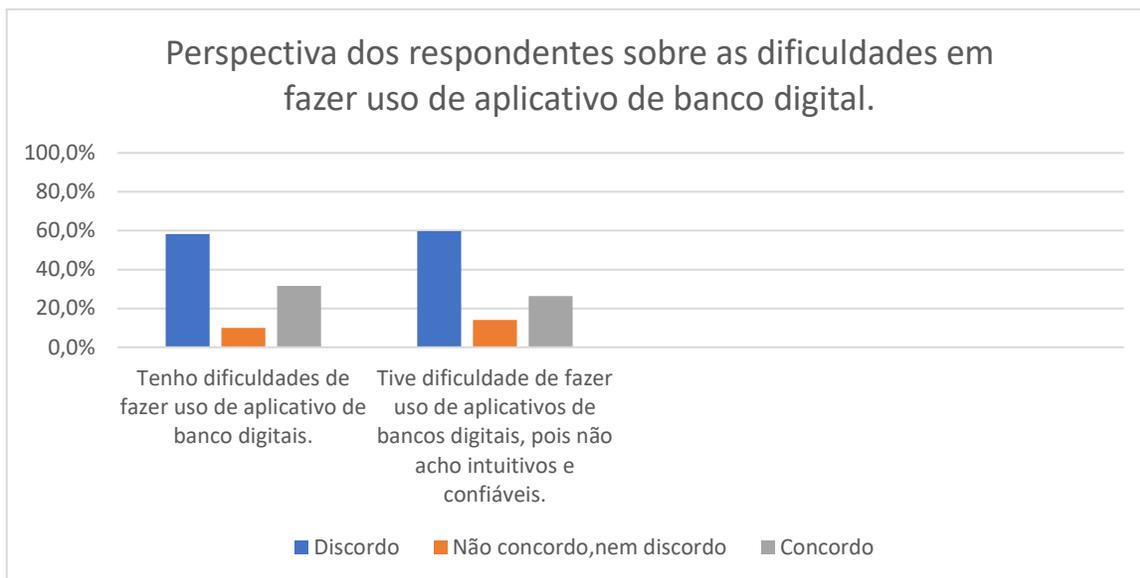
A inovação permitiu às *fintechs*, através de seus modelos de negócio baseados em tecnologia e direcionados a experiências dos clientes, ofertar soluções, produtos e serviços já oferecidos pelas instituições financeiras, mas com elevado grau de automatização e menores custos (BARBOSA, 2018). Apesar disso, percebe-se que, mesmo com a presença de aspectos positivos na tecnologia e na percepção das gerações estudadas, os riscos ainda são fortes influenciadores no processo de decisão desse consumidor.

4.2 Percepção dos respondentes sobre as *fintechs*

Conforme Azolini (2019), as *fintechs* surgiram com a proposta de oferecer os mesmos serviços financeiros dos bancos tradicionais já existentes no mercado, mas de forma rápida, segura e totalmente digital. Através de aplicativos e *sítes* são oferecidos contas bancárias, cartões de créditos, empréstimos, entre outros serviços que, anteriormente, apenas os grandes bancos ofereciam. As *fintechs* são novas no setor, mas estão conquistando clientes em uma velocidade constante desde que surgiram em meados de 2013.

No Gráfico 7, 58,3% dos respondentes disseram que não sentem dificuldades em fazer uso bancos digitais e 31,6% disseram ter dificuldades. Na afirmação, tive dificuldade de fazer uso de aplicativos de bancos digitais, pois não acho intuitivos e confiáveis 59,7% discordam dessa afirmação, enquanto 26,3% concordam com essa afirmação. Por se tratar de bancos que são poucos conhecidos e por não terem agências físicas, algumas pessoas não acham confiáveis.

Gráfico 7 – Dificuldade de fazer uso de aplicativo de bancos digitais.



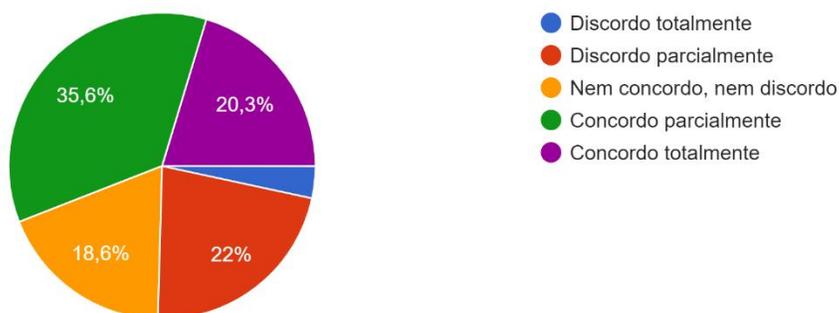
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Em relação às *fintechs*, pode-se perceber no Gráfico 8 que 55,9% dos respondentes se adaptam bem as tecnologias atuais e 25,4% disseram que não se adaptam muito a tecnologias. Hoje vive-se em mundo tecnológico, mas as gerações X e baby boomer não nasceram inseridas nessas tecnologias e algumas pessoas ainda sentem essas dificuldades.

Gráfico 8 – Adaptação as tecnologias atuais.

11. Adapto-me muito bem as tecnologias atuais.

59 respostas



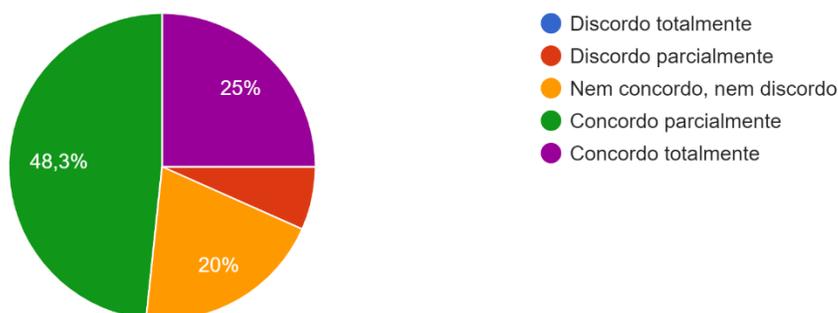
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 9, a maioria dos respondentes vê o processo de aprendizado para utilizar bancos digitais de forma desafiadora e interessante, com isso pode-se perceber que mesmo as gerações estudadas, que não nascendo em um meio tecnológico, ainda demonstram interesse em aprender algo novo e acham o processo desafiador.

Gráfico 9 – Processo de aprendizado para utilizar bancos digitais.

13. Vejo o processo de aprendizado para utilizar bancos digitais de forma desafiadora e interessante.

60 respostas

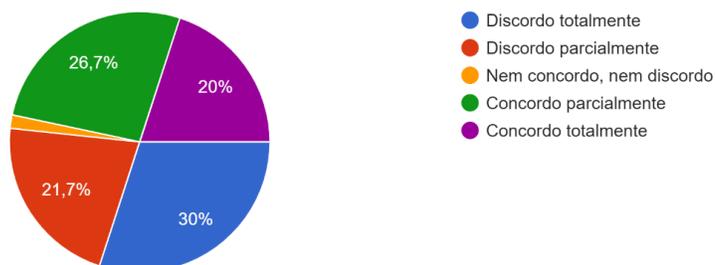


Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Conforme o Gráfico 10, 46,7% dos respondentes não confiam em bancos digitais para o fornecimento de dados pessoais, enquanto 51,7% afirmaram não terem problemas em fornecer dados pessoais. Como as gerações X e baby boomer são gerações conservadoras é comum surgir essa insegurança em fornecer dados pela internet, pois temem ser fraudados, problema já destacado pelos respondentes em questão anterior. Logo, percebe-se que questões relacionadas à segurança são pontos fortes para o não uso de *fintechs* pelas gerações X e baby boomer.

Gráfico 10 – Dificuldade de usar aplicativo por que não confio em fornecer dados pessoais.

15. Tive dificuldade de usar um aplicativo de banco porque não confio em fornecer dados pessoais.
60 respostas

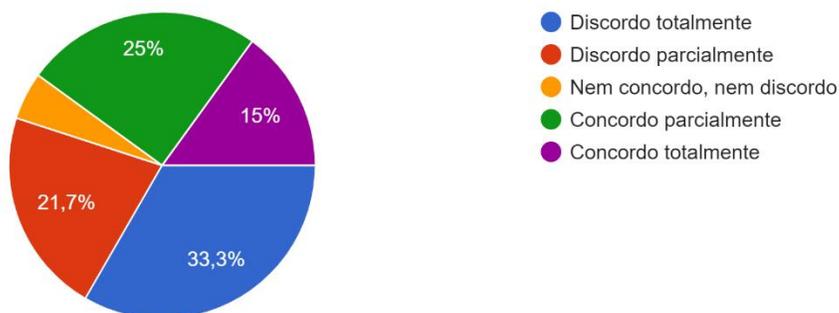


Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Quanto às dificuldades de usar e entender como funciona um aplicativo, 55% disseram não ter dificuldades e 40% responderam que têm dificuldade de usar e entender como funciona o aplicativo, como mostra no Gráfico 11. Como viu-se anteriormente na pesquisa, alguns respondentes não acham os aplicativos intuitivos e confiáveis, fatores que podem ser limitantes para o uso e adequação às *fintechs*.

Gráfico 11 - Dificuldade de usar aplicativo porque não consigo entender como funciona.

16. Tive dificuldade de usar um aplicativo porque não consigo entender como funciona.
60 respostas



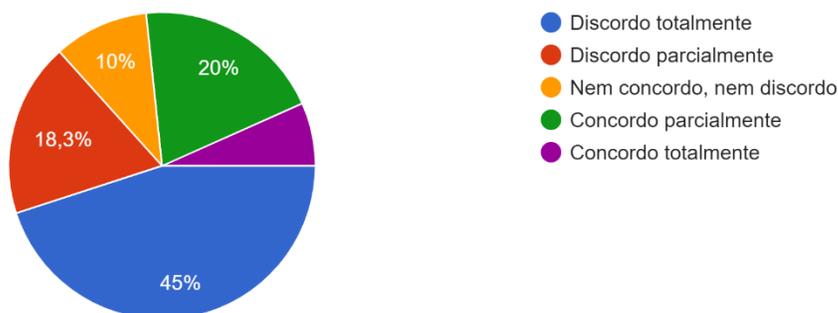
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No gráfico 12, podemos perceber que grande parte dos respondentes, 63,3%, disseram não ter preferência em ser atendido pelo gerente do banco e 26,7% disseram

ter preferência. Algumas pessoas das gerações X e baby boomer acham importante esse relacionamento entre cliente e gerente, apesar disso os números mostram que não é algo tão relevante a ponto de escolher um banco físico por isso. Então a escolha por uso de uma *fintech* não é fortemente relacionada à presença de um gerente.

Gráfico 12– Não gosto de usar aplicativo de banco, pois gosto de ser atendido pelo gerente do banco.

17. Não gosto de usar aplicativo de banco, pois gosto de ser atendido pelo gerente do banco.
60 respostas



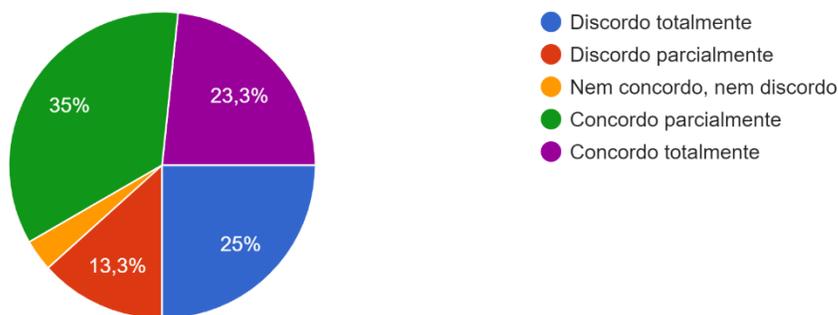
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Quando se foi perguntado sobre as dificuldades e se sentem segurança em usar bancos digitais, 38,7% não acham os bancos digitais seguros. Conforme Gráfico 13, quanto ao sentir segurança ao fazer operações, 58,3% dos respondentes não sentem segurança por medo de errar e se prejudicar. Isso mostra que, mesmo as pessoas que já fizeram uso de aplicativos, ainda não sentem segurança para realizar operações, gerando um bloqueio em continuar o uso de aplicativos.

Gráfico 13 – Sinto insegurança ao entrar no aplicativo digital ou em realizar operações erradas e me prejudicar.

20. Sinto insegurança ao entrar no aplicativo digital ou em realizar operações erradas e me prejudicar.

60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

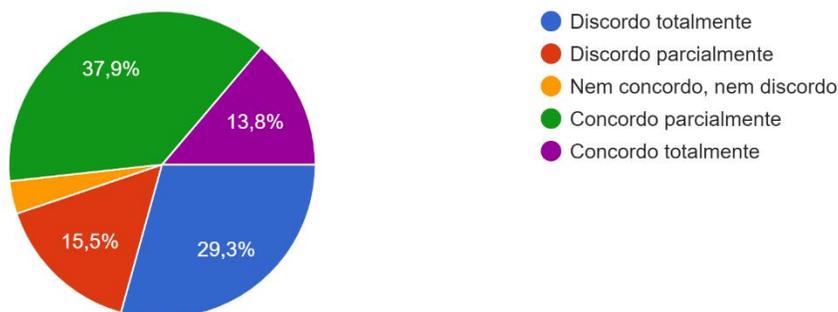
Conforme Souza (2017), as gerações mais novas se mostram aptas a trocar seus dispositivos tecnológicos na mesma velocidade em que eles são lançados. Há, portanto, outro ponto quando se refere ao acesso limitado que a comunidade da terceira idade possui, esse grupo, quando se depara com objetos tecnológicos, mostram medo e receio em manusear dispositivos que para os jovens parecem tão simples.

Pode-se ver no Gráfico 14 que, com relação a pergunta “Gosto de fazer pagamento e receber comprovante físico”, 51,7% dos respondentes disseram que concordam e 44,8% não gostam de receber comprovante físico. Mesmo com toda a facilidade de enviar comprovantes virtuais, pode-se ver na pesquisa que a grande maioria dos respondentes que estão entre a geração X e baby boomer ainda preferem o comprovante físico. Nesse caso, percebe-se um fator que é relevante para a escolha de um banco, ou seja, as gerações estudadas podem dar preferência a um banco físico apenas por emitir comprovante, apesar de que as *fintechs* possibilitam a emissão digital de seus documentos. Talvez haja um desconhecimento das gerações sobre as funcionalidades de uma *fintech*.

Gráfico 14 – Gosto de fazer pagamento e receber comprovante físico.

21. Gosto de fazer pagamento e receber comprovante físico.

58 respostas



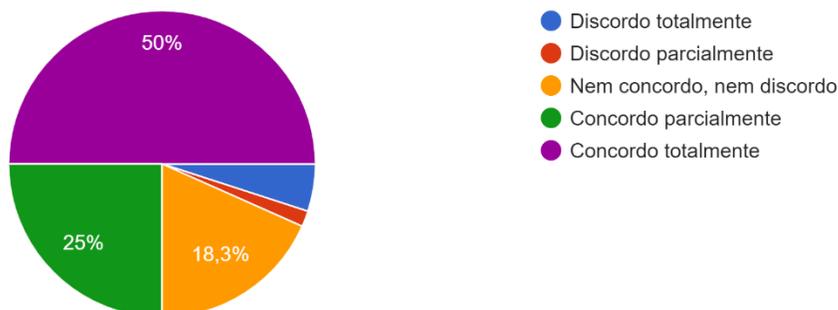
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 15 pode-se perceber que 75% dos respondentes disseram que a experiência com uso de aplicativo de banco digital levou aos respondentes a indicação de que as *fintechs* deveriam se adaptar a sua realidade. Com isso, percebe-se que os aplicativos de bancos digitais ainda precisam se adaptar à realidade dos respondentes da pesquisa, que são das gerações X e baby boomer, principalmente no quesito segurança, fator que se destacou na maioria das respostas da pesquisa.

Gráfico 15 – A experiência de uso de aplicativo de banco deve ser adaptar a minha realidade.

23. A experiência de uso de aplicativo de banco digital deve se adaptar a minha realidade.

60 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Dessa forma, é possível perceber que as gerações *X* e *baby boomer* já fizeram uso de aplicativos de bancos digitais, mas ainda não sentem segurança ao entrar e fazer operações por não confiar nos aplicativos, isso acontece pela falta de um contato físico e direto com alguém, caso aconteça algum problema. Essas pessoas que estão inseridas nas gerações *X* e *baby boomer* ainda valorizam o atendimento físico.

Com tudo isso exposto, os resultados obtidos na pesquisa permitiram identificar as dificuldades que respondentes têm em fazer uso de tecnologias no setor bancário digital. Pode-se afirmar que os principais problemas foram a falta de confiança ao fornecer dados pessoais, fazer operações erradas e se prejudicar, entrar no aplicativo e ter sua conta fraudada.

Para Souza (2017), o processo de inclusão social do idoso pode acontecer através da internet, gerando informação e transmitindo conhecimento. A inserção digital e o contato dos idosos com as TIC podem proporcionar um envelhecimento mais ativo, através de ambientes de aprendizagem e compartilhamento, desenvolvendo habilidades e conhecimento.

Caso as *fintechs* desejem se adequar à realidade das gerações da pesquisa, indica-se que seja desenvolvido um programa de inclusão, com vídeos, ambientes de perguntas e respostas, que procurem trazer mais segurança aos seus usuários. Além disso, demonstrar que as *fintechs*, como os bancos digitais, conseguem se aproximar dos seus clientes, mesmo com a distância. Logo, o indicado seria desenvolver equipes mais preparadas para compreender e atender as especificidades desse público.

Com isso, podemos concluir que é preciso que haja uma comunicação mais aproximada por partes das *fintechs* para mostrar os processos a essas partes da sociedade, que ainda estão se adequando às tecnologias bancárias, mostrando que é possível ter segurança em fazer uso de aplicativos de bancos digitais.

5 CONCLUSÃO

Com base nas pesquisas para desenvolver este trabalho, foi percebido que ao longo dos anos as gerações sofreram mudanças comportamentais devido as diversas modificações nos âmbitos culturais e social e tiveram que se adequar ao acesso a novas tecnologias.

Sob essa perspectiva, é possível perceber que as tecnologias são elementos de grande importância para esse processo, devido sua constante evolução. Tudo isso permitiu o desenvolvimento de técnicas e ferramentas que facilitam a vida da sociedade, seja na comunicação, economia e na busca por conhecimento.

Apesar da evolução tecnológica e de seus benefícios, algumas gerações, como a *baby boomer* e a X, não se desenvolveram juntamente dessas tecnologias, e por isso apresentam dificuldades de adaptação. Por isso, este estudo buscou analisar a percepção das gerações Baby Boomers e X com relação ao mercado digital, com foco nos bancos digitais que também podem ser denominadas de *fintechs*. Para isso foi aplicado um questionário, por meio do qual se buscou analisar e entender uso de aplicativos de bancos digitais e as principais dificuldades encontrados pelos respondentes das gerações *Baby boomer* e X.

Conforme resultado da pesquisa, os respondentes têm se adaptado muito bem as tecnologias atuais, incluindo os bancos digitais, e isso pode ser decorrente do aumento da expectativa de vida e pelo maior convívio social, seja presencial ou à distância.

Diante disso, visando cumprir os objetivos desta pesquisa, foi possível identificar as motivações que levam as gerações X e baby boomer em fazer uso do mercado digital no setor bancário, que foram praticidade, rapidez e eficiência, ausência de taxas e pouca burocracia. Tudo isso levam as pessoas a querer fazer uso dos aplicativos de bancos digitais.

Este estudo também se mostrou relevante por entender o uso dos aplicativos de bancos digitais por pessoas da geração *baby boomer* e X. Com isso, foi possível identificar as principais dificuldades que os levam a não querer usar os aplicativos. A ideia

é trazer conhecimento para que empresas tomem para si essas dificuldades e tentem buscar uma solução para que possa integrar essas pessoas aos bancos digitais.

Conforme pesquisa desenvolvida uma das principais dificuldades que se constatou foram a falta de confiança ao fornecer dados pessoais, fazer operações erradas e se prejudicar, entrar no aplicativo e ter sua conta fraudada. Como essas gerações não nasceram em meio as novas tecnologias, essa falta de segurança em fazer uso de aplicativos pode acontecer pois ainda estão em processo de aprendizagem.

Como vimos na pesquisa, a falta de segurança em fazer uso de aplicativos é uma das principais dificuldades encontrada pela gerações X e baby boomer, então se as *fintechs* desejam se adequar à realidade das gerações da pesquisa, indica-se que seja desenvolvido um programa de inclusão, com vídeos, ambientes de perguntas e respostas, que procurem trazer mais segurança aos seus usuários. Demonstrando que as *fintechs* conseguem se aproximar dos seus clientes mesmo a distância, o indicado seria desenvolver equipes mais preparadas para compreender e atender as especificidades desse público.

O estudo integrou assuntos como Tecnologia da informação e comunicação (TICs), *Fintechs*, Gerações X e *Baby Boomer* e a inclusão dessas gerações nas novas tecnologias. Conforme visto na pesquisa as pessoas que estão inseridas nas gerações X e baby boomer tem se adaptado bem as novas tecnologias, já fizeram uso de aplicativos de bancos digitais, mas ainda sentem seguros ao entrar e realizar operações.

Quanto as dificuldades encontradas para realizar este estudo, devido á pesquisa ser desenvolvida juntamente as pessoas da gerações X e *baby boomer* onde nem todos estão adeptos a responder questionários virtuais e por conta da pandemia o questionário só pode aplicado de forma virtual a quantidade de respondentes não foram atingidas.

Sendo assim, esse estudo espera ter sido relevante para empresas do setor bancário. Deixo aqui possível estudo futuro, no qual seja feito um questionário qualitativo tentando entender melhor de forma detalhada o que mais afeta e o que pode sob as perspectivas da gerações o que pode ser mudado.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, José Luccas de. FRANCISCO, Alex Sandro Lima. MENEGUSSI, Rodrigo. **A influência da inteligência artificial na educação**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 04, Ed. 07, Vol. 08, pp. 50-60. Julho de 2019. ISSN: 2448-0959
- ALYRIO, Rovigati Danilo. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. volume único. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2009.
- ARNER, Douglas. W., BARBERIS János. BUCLEY, Ross. P. (2015). **A evolução da fintech: um novo pós-crise paradigma?** Documento de Pesquisa da Faculdade de Direito da Universidade de Hong Kong No. 2015/047
- AZOLINI, Thomas Constanti. **Fintech e a economia digital: desafios e perspectivas**. Araranguá, 2019
- BABBIE, Earl. **Metodos de pesquisa de Survey**. Editora UFMG. Belo Horizonte, 1999.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 5. ed. UFSC, 2002.
- BARBOSA, Roberto Rodrigues. **Fintechs: A atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro**. 2018. 129 p. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Administração - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2018.
- BINOTTO, Débora Luísa. SARTILHO, Marcos Alexandre. BARRETO, Silvia Helena Dalmazo. SCATOLIN, Henrique Guilherme. **Impactos da tecnologia na Gestão de Pessoas: Aspectos positivos e negativos**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 03, Vol. 10, pp. 05-17. Março de 2020. ISSN: 2448-0959
- BOHN, C. S. **A mediação dos jogos eletrônicos como estímulo do processo de ensino-aprendizagem**. (Dissertação) Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento, UFSC, Florianópolis, 2011
- BOLES, Joel Renato da Silva. **Impactos da tecnologia no sistema bancário Brasileiro**. Monografia. Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.
- BOVÉRIO, M. A.; PATINO, M. T. O.; AMORIM, F. R.; ABREU, P. H. C. **Análise dos impactos da tecnologia na organização do trabalho em uma empresa do setor têxtil**. Ciências sociais aplicadas em revista (online), v. 18, 2018.
- BRAZ, Daniel Higor Leite. **FINTECHS: Evolução histórica, características e impactos nas instituições financeiras**. Brasília, 2018.

CARMO, Elisângela Gisele; ZAZZETTA, Marisa Silvana. Envelhecimento, novas tecnologias e aposentadoria. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016

CARVALHO, Nathália Cristina Oliveira. **Millennials: Quem são e o que anseiam os jovens da Geração Y**. Monografia. UFRJ- 2017.

CASTILHO, Luciane Barbosa. **O uso da tecnologia da informação e comunicação no processo de ensino e aprendizagem em cursos superiores**. 2015. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Ciências Empresárias (FUMEC), Belo Horizonte.

CIRIBELI, João Paulo; RAMOS, Tiago Leocádio. **Análise do perfil profissional das gerações Baby Boomer, X e Y com carteira assinada em UBÁ-MG**. Revista Científica FAGOC-Multidisciplinar, v. 1, n. 1, 2016.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin. VASCONCELOS, Sílvio José Lemos. PERRONE, Cláudia Maria. GONÇALVES, Julia. **A geração Y no mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações**. Psicologia Ciência e Profissão, v. 36, n. 1, p. 145-157, 2016.

CORREA, Fellipe Ramalho. **Liderança: Desafio do Baby Boomer em liderar a Geração Y**. 2012

CUNHA, Fabrício José Krumplos. MENDES, Luciana Maura Aquaroni Geraldi. ZAMBONINI, Jean Gilberto Aparecido. **O uso da tecnologia como aporte ao agronegócio**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 04, Ed. 09, Vol. 05, pp. 22-35. Setembro de 2019. ISSN: 2448-0959

DANTE, Fabio Santarossa.; ARROYO, Rafael Fabiano. **Âncoras de Carreira: Por onde Caminham as Gerações?** Revista de Carreiras e Pessoas, v. 7, n. 2, p. 512-528, 2017.

DAROLLES, Serge et al. The rise of fintechs and their regulation. **Financial Stability Review**, n. 20, p. 85-92, 2016.

DINIZ, Adriel Leal; LAZZARI, Gustavo de Carvalho; VENTURA, Jaqueline Suelen Faria; PINHEIRO Lisandra Silva; CONSTÂNCIO, Marcos Vinicius. **Os desafios dos líderes na condução das gerações Baby Bombers, X e Y no Ambiente de Trabalho: Prefeitura Municipal de Lins-SP** - Lins, 2015.

FERNANDES, Carlos Canhoto. **O desafio da banca face às fintech**. 2019. Tese de Doutorado.

FERREIRA, Arthur Eduardo Bloise. **Futuro das Fintechs: uma revisão bibliográfica**. 2017.

FORMENTON, Tathiana Cruz.; STEFANO, Silvio Roberto. **Gerações e Mercado de Trabalho: Suas Relações com as Organizações**. Revista de Carreiras e Pessoas, v. 7, n. 3, p. 5-26, 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GRUBB, Valerie M. **Conflito de Gerações: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho**. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2018.

IBGE. **Envelhecimento da população no Brasil**. São Paulo, 2019 Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/05/22/ibge-mostra-envelhecimento-da-populacao-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

KOCHE, Isaque Guilhermando. **A inovação do modelo de negócio em Fintechs do Rio Grande do Sul**. Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) 2019.

LATRÔNIO, Ana Lucia Abrão; MATTEDI, Marcos; Spiess, MAIKO Rafael, & REIS, Clovis. (2019). **O território como tecnologia de mediação urbana: a customização territorial dos aplicativos móveis**. urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v.11, e20190075. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20190075>

LADEIRA, Lílian Bonsanto C.; COSTA, Débora Vargas Ferreira; COUTO COSTA, Marcos Paulo do. **Gerações x e y e o impacto no ambiente de trabalho**. Revista Estação Científica, v. 1, n. 11, p. 1-20, 2014.

MAGNUSON, William. **Regulating Fintech**. 2018

MANGILLI, Aline Cardoso. **Comportamento organizacional: como administrar as diferentes gerações no ambiente de trabalho**. Monografia de Curso de Pós-graduação Lato Sensu, 2014.

MARQUES, Frank Borges. **Bancos digitais x Bancos tradicionais: uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário Brasileiro**. Dissertação. Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2019.

MATTOS, Claudia Aparecida de; GUEDES, Jessica Vasconcelos. **Análise de uma fintech a partir da taxonomia de serviços**/Analysis of a fintech from the service taxonomy. Brazilian Journal of Business, v. 1, n. 2, p. 356-369, 2019.

MELO, Fernanda Augusta de Oliveira. SANTOS, Daniele Cristina. SOUZA, Cleiva Cristiane Mendes. **A Geração Y e as Necessidades do Mercado de Trabalho Contemporâneo: “um Olhar sobre os Novos Talentos”**. SEGET, 2013.

NOGUEIRA NETO, Adriano Marçal. ARAUJO, Brenda Andrade. **Transformação digital no sistema bancário brasileiro: um estudo sobre as fintechs** – Rio de Janeiro: UFRJ/ Escola Politécnica, 2020.

OLIVEIRA, Cláudio de; MOURA, Samuel Pedrosa. **TIC'S na educação: a utilização das tecnologias da informação e comunicação na aprendizagem do aluno**. Pedagogia em Ação, v. 7, n. 1, 2015.

OLIVEIRA, Danilo Senen Cavallieri de. **Fintechs e Inclusão Financeira: O caso da implementação de uma plataforma digital de pagamentos em favelas do Rio de Janeiro e São Paulo**. Dissertação, 2018.

OLIVEIRA, Eliezer de. **Startups Fintechs no Brasil: um estudo sobre os principais impactos sociais e mercadológicos nos últimos 10 anos**. Ciências Econômicas- Unisul Virtual, 2019.

OLIVEIRA, Joel Souza de. **AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA GESTÃO ADMINISTRATIVA E OPERACIONAL DA SEGURANÇA PÚBLICA**. Monografia. Araranguá, 2015.

OLIVEIRA, M.; MALAGOLLI, G. **O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS**. Revista Interface Tecnológica, v. 13, n. 1, p. 39-52, 22 dez. 2016.

OLIVEIRA, Roselaine Aparecida de. PEREIRA, Dayanne Haynes. VEDOVELLI, João Gilberto. **As percepções das diferentes gerações no comportamento organizacional**. Revista Eletrônica FACP, Ano V, 2016.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha.; PICCININI, Valmíria Carolina.; BITENCOURT, Betina Magalhaes. **Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil?** Organizações & Sociedade, v. 19, n. 62, p. 551-558, 2012.

PASCUAL, André Wertheimer. RIBEIRO, Vitor Mendes. **O advento das Fintechs, os novos modelos de negócio baseados no uso intensivo da tecnologia da informação**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

PIMENTA, Ewerton Alves. **Os valores inovadores da Geração Y: A cultura organizacional sob a ótica da Geração Y**. 2018. Governador Valadares, 2018.

RODRIGUES, Helenara Moura. **Gestão de pessoas e a geração Y: um estudo dos processos de gestão de pessoas direcionados ao novo perfil de colaborador nas empresas Unimed Noroeste/RS e UNIJUÍ**. 2014.

SANTOS, Isabel Cristina dos. CESTARO, Henrique Júlio. AUGUSTO, Rafael Beghini de Barros. **Percepções sobre conflitos entre gerações no ambiente de trabalho: uma**

breve análise sobre os Baby Boomers e gerações subsequentes. Revista Científica Hermes, n. 11, p. 26-46, 2014.

SILVA, F. M.; COSTA, P. R. **Desenvolvimento da Capacidade Absortiva em Empresas de Base Tecnológica.** Revista Inovação, Projetos e Tecnologias, v. 7, n. 1, p. 36-51, 2019.

SILVA, H. O.; LAZZARIN, F. A. **Do Panorama de exclusão para a Construção de uma Sociedade Inclusiva: A Relevância do Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação para as Pessoas com Deficiência.** GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 14, n. Ed. Espec. 2, p. 303-311, 2016.

SILVA, POLLYANE LIMA. A terceira idade invade a internet 2013. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/a-terceira-idade-invade-a-internet/>>. Acesso em: 20 de NOV. de 2020.

SOUZA, Jéssica Gabriela Tamião de. **Case Cna: A internet como agente de inclusão digital dos idosos americanos.** VII Seminário em ciência da informação – SECIN- Compartilhamento da informação e do conhecimento , 2017.

SOUZA, Renato Santos; GOMES, Silmara; AMORIM, Maria Cristina. **Percepção moral entre gerações nas organizações privadas: considerações sobre ensaios.** Pensamento & Realidade, v. 29, n. 3, p. 3-18, 2014.

TRIVIÑOS, Augusto, N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em Educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e baby boomers.** REGE-Revista de Gestão, v. 23, n. 2, p. 88-98, 2016.

VELOSO, Renato. **Tecnologias da informação e da comunicação: desafios e perspectivas.** Ed.Especial Anhanguera. São Paulo: Saraiva,2012.
VIDAL, Vinicius Roberto. **Fintechs, Tese de impacto de serviços financeiros digitais.** Monografia. Insper Instituto de Ensino e Pesquisa. São Paulo, 2018.

WEISS, Marcos Cesar. **Cidades Inteligentes uma visão sobre a agenda de pesquisas em tecnologia de informação.** Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation,2019.

WEISS, Marcos Cesar. **Sociedade sensoriada: a sociedade da transformação digital.** Estudos avançados ,2019, vol.33, no.95, p.203-214. ISSN 0103-4014

APÊNDICE A

PARTE I – PERFIL DO RESPONDENTE

1. Sexo: () Feminino () Masculino
2. Faixa Etária:
 - () Entre 43 a 55 anos
 - () Entre 56 a 65 anos
 - () Entre 66 a 70 anos
 - () Mais de 71 anos
3. Renda Familiar:
 - () Até 3 salários mínimos (até R\$ 3.135,00).
 - () Mais de 3 até 10 salários mínimos (R\$ 3.135,00 até R\$ 10.450,00).
 - () Mais de 10 até 20 salários mínimos (R\$ 10.450,00 até R\$ 20.900,00).
 - () Mais de 20 até 30 salários mínimos (R\$ 20.900,00 até R\$ 31.150,00).
 - () Mais de 30 salários mínimos (mais de R\$ 31.150,00).
4. Há quanto tempo está no mercado de trabalho? _____
5. Você já fez uso de aplicativos de bancos digitais? () Sim () Não
6. Caso a resposta da questão 5 tenha sido positiva, responda: Uso banco digital porque...
 - () Pouca burocracia
 - () Ausência de taxas
 - () Praticidade
 - () Rapidez e Eficiência
7. Caso a resposta da questão 5 tenha sido negativa, responda: Não uso banco digital porque...
 - () Risco de fraude

- Falta de segurança
- Falta de agência física
- Dependência tecnológica

8. O que você procura em um banco?

- Comodidade
- Rapidez
- Segurança
- Credibilidade
- Bom atendimento
- Tecnologia

PARTE II – QUESTIONÁRIO SOBRE FINTECHS

9. Tenho dificuldades de fazer uso de aplicativo de banco digitais.

- Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

10. Tive dificuldade de fazer uso de aplicativos de bancos digitais, pois não acho intuitivos e confiáveis.

- Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

11. Adapto-me muito bem as tecnologias atuais.

- Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

12. Passei a utilizar bancos digitais por conta de...

Não faço uso Indicação de familiares Indicação de amigos Indicação de bancos

E-mails Redes sociais Outros _____

13. Vejo o processo de aprendizado para utilizar bancos digitais de forma desafiadora e interessante.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

14. Utilizaria um aplicativo de banco digital por conta da facilidade e da rapidez.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

15. Tive dificuldade de usar um aplicativo de banco porque não confio em fornecer dados pessoais.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

16. Tive dificuldade de usar um aplicativo porque não consigo entender como funciona.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

17. Não gosto de usar aplicativo de banco, pois gosto de ser atendido pelo gerente do banco.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

18. Não faço uso do aplicativo porque sou cliente fiel a um banco físico.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

19. Não sinto segurança em fazer uso de um aplicativo de banco digital.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

20. Sinto insegurança ao entrar no aplicativo digital ou em realizar operações erradas e me prejudicar.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

21. Gosto de fazer pagamento e receber comprovante físico.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

22. Sinto medo ao entrar em aplicativo de banco digital e ter a minha conta fraudada.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente

23. A experiência de uso de aplicativo de banco digital deve se adaptar a minha realidade.

Discordo totalmente Discordo parcialmente nem concordo, nem discordo
 concordo parcialmente concordo totalmente