

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

DANIEL GARRIDO FÓGOS JÚNIOR

**OS POTENCIAIS EFEITOS DAS FINTECHS NA PROMOÇÃO
DA CIDADANIA FINANCEIRA DOS NEGROS NO BRASIL**

São Paulo

2023

DANIEL GARRIDO FÓGOS JÚNIOR

OS POTENCIAIS EFEITOS DAS FINTECHS NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA FINANCEIRA DOS NEGROS NO BRASIL

Artigo apresentado ao Programa de Mestrado Profissional em Administração do Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero

Coorientador: Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib

São Paulo

2023

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO - FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

Prof. Dr. Edison Simoni da Silva
Reitor

Prof. Dr. Ronaldo Fróes de Carvalho
Pró-reitor de Graduação

Prof. Dr. Alexandre Sanches Garcia
Pró-reitor de Pós-Graduação

FICHA CATALOGRÁFICA

F656p	<p>Fógos Junior, Daniel Garrido</p> <p>Os potenciais efeitos das fintechs na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil/ Daniel Garrido Fógos Junior. - - São Paulo, 2023.</p> <p>90 f.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero Coorientador: Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib</p> <p>Artigo (mestrado) – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP - Centro Universitário Álvares Penteado – Programa de Mestrado Profissional em Administração.</p> <p>1. Inovações tecnológicas - Finanças. 2. Educação financeira. 3. Atores negros - Brasil.</p>
CDD 332.024	

DANIEL GARRIDO FÓGOS JÚNIOR

OS POTENCIAIS EFEITOS DAS FINTECHS NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA FINANCEIRA DOS NEGROS NO BRASIL

Artigo apresentado ao Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dr. José Vicente
Reitor da Universidade Zumbi dos Palmares

Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Prof. Dr. Edson Barbero
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP
Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 13 de fevereiro de 2023.

Dedicatória

Ao Deus, o clemente e misericordioso, o que dá sabedoria deliberadamente; aos meus pais, Dona Neusa e Seu Daniel; à minha amada, companheira e incentivadora, Dani Zeidan e aos mestres e todos aqueles que contribuíram para minha jornada.

Agradecimentos

Agradeço a todos que estiveram ao meu lado neste período de duração do mestrado, contribuindo com conversas, leituras e ideias.

Agradeço imensamente ao Prof. Dr. Edson Barbero por se dispor em ser meu orientador e amigo, bem como por toda tolerância, compreensão, disponibilidade, direcionamento e interesse. Sem esquecer dos cafés e hamburgueres. Ao Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib por aceitar ser meu coorientador, pelo tempo dedicado nas orientações e por ter confiado em mim. Ao Prof. Dr. José Vicente por gentilmente aceitar a participação na banca de avaliação – minha gratidão é eterna por disponibilizar uma bolsa de estudo pela Afrobras para que eu pudesse fazer a minha graduação.

Agradeço a todos os professores da FECAP que participaram direta ou indiretamente durante o meu mestrado. Aos meus colegas do mestrado, em especial ao Eduardo Porto, Felipe Kenith, Fernando Nemec e Guilherme Fidalgo, pelas conversas, bate-papos online e, muitas vezes, apoio nas disciplinas.

Agradeço à Conta Black, por ter disponibilizado o grupo de clientes para participação na pesquisa. Aos clientes participantes, que se dispuseram em participar da pesquisa contribuindo para os resultados. Ao meu amigo Sergio All, CEO da Conta Black, por ter confiado em mim e por ter investido tempo e dedicação no decorrer da minha pesquisa.

Agradeço aos meus familiares (tios e irmãos), que sempre me apoiaram em toda a minha vida, e ao meu sogro, João Adel, que me incentivou para que eu entrasse no mestrado.

Agradeço ao meus pais, Dona Neusa e Seu Daniel, que me proporcionaram as condições para que eu chegasse até aqui, me dando carinho, direcionamento, preocupação e amor. Minha eterna gratidão. Amo muito vocês.

Em especial, à minha amada, companheira, parceira e esposa, Dani Zeidan, que sempre acreditou em mim durante estes treze anos que estamos juntos. Agradeço o incentivo, a tolerância e a compreensão durante a rotina de produção da minha pesquisa. Saiba que eu jamais teria conseguido completar este ciclo sem o seu apoio. Meu eterno amor a você, Daninha.

E ao Eterno, o clemente e misericordioso. O que tem o poder de tornar tudo possível. O que dá sabedoria deliberadamente a quem o pedir.

A todos, o meu muito obrigado.

*“Se eu vi mais longe, foi por estar
sobre ombros de gigantes.”*

Isaac Newton

*“Os nobres projetam coisas nobres e
por nobres atos, eles perseveram.”*

Isaías 32:8

*“Todas as minhas amigas brancas sabem o nome do gerente
do banco dela e eu não sei o nome do gerente do meu banco.
Não faço ideia. É uma outra diferenciação de tratamento.”*

Frase de uma entrevistada negra durante a pesquisa apresentada neste projeto

Os potenciais efeitos das fintechs na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil

Daniel Fógos
Mestrado de Administração
E-mail: danielfogos@gmail.com

Resumo

Mesmo com os efeitos das inovações que o sistema financeiro tem sofrido e com o empenho do Banco Central para que todos os cidadãos possam exercer sua cidadania financeira, o Brasil apresenta um número significativo de pessoas excluídas financeiramente. Dentre elas, segundo o Instituto Locomotiva, 69% são pessoas negras. Para o Banco Central, todos os atores que compõem o sistema financeiro são responsáveis pela promoção da cidadania financeira. Nesta perspectiva, as fintechs utilizam do uso intenso de tecnologia para descentralização, desburocratização e democratização dos serviços financeiros. Diante disto, este estudo objetivou identificar se as fintechs são capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil. O estudo se caracteriza como estudo de caso único, sendo uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória e descritiva. Os dados foram coletados pela aplicação dos instrumentos *survey* eletrônica e roteiro de entrevista semiestruturado com clientes negros fornecidos pela fintech Conta Black. Os resultados apontam que as fintechs possuem o potencial de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, porém apresentando ressalvas em duas das dimensões da cidadania financeira: proteção e participação do consumidor.

Palavras-chave: Cidadania financeira. Inclusão financeira. Educação financeira. Proteção do consumidor. Participação do consumidor. Inovação. Fintech. Negros.

Abstract

Even with the effects of the innovations that the financial system has undergone and the efforts made by the Brazilian Central Bank so that all citizens can exercise their financial citizenship, Brazil has a high number of financially excluded people. Among them, according to the Locomotiva Institute, 69% are black people. For the Central Bank, all actors that make up the financial system are responsible for promoting financial citizenship. In this perspective are the fintechs, that use the intense use of technology for decentralization, debureaucratization and democratization of financial services. In view of this, this study aimed to identify whether

fintechs are capable of promoting the financial citizenship of black people in Brazil. The study is characterized as a single case study, being a qualitative research of exploratory and descriptive nature. Data were collected through the application of electronic survey instruments and a semi-structured interview script with black customers provided by fintech Conta Black. The results indicate that fintechs have the potential to promote the financial citizenship of black people in Brazil, but with reservations regarding the two of dimensions of financial citizenship: consumer protection and participation.

Keywords: Financial citizenship. Financial inclusion. Financial education. Consumer protection. Consumer participation. Innovation. Fintech. Black people.

1 Introdução

A expressão cidadania financeira foi utilizada pelo Banco Central do Brasil (BCB) pela primeira vez em 2013, como forma integrada de enxergar a inclusão financeira, a educação financeira e a proteção ao consumidor de serviços financeiros (Banco Central do Brasil [BCB], 2018a). “A cidadania financeira é o exercício de direitos e deveres que permite ao cidadão gerenciar bem seus recursos financeiros” (BCB, 2018b, p. 7).

Em 2018, é inserida mais uma dimensão ao conceito inicial da cidadania financeira: a participação do cidadão e de outros atores no diálogo de construção do sistema financeiro. A partir deste conceito, a promoção da cidadania financeira exige o trabalho integrado nas quatro dimensões: inclusão financeira, educação financeira, proteção ao consumidor e participação no diálogo sobre o sistema financeiro (BCB, 2018a). O autor cita que a responsabilidade da promoção da cidadania financeira dos brasileiros não se restringe à esfera do Estado, estendendo-se às iniciativas privadas, ao poder da influência das mídias, às organizações da sociedade civil e ao comportamento da própria população.

Mesmo havendo um determinado esforço da autoridade monetária no que tange ao problema da exclusão financeira, o Brasil é reconhecido por ser um país com má distribuição de renda – em comparação a outras economias de renda média, os níveis de bancarização são relativamente baixos (Ribeiro, Pires-Alves, Pondé, Prado, & Barbosa, 2020).

Em pesquisa realizada pelo Instituto Locomotiva (2019), um em cada três brasileiros da população urbana, não possui conta bancária, sendo que, deste montante, 59% são mulheres; 31% são jovens entre 16 e 24 anos; 86% são das classes C, D e E; e 69% desta população são negros.

Tratando-se do quesito cor/raça, aproximadamente sete em cada dez brasileiros excluídos do sistema financeiro ou que utilizam de maneira precária instrumentos financeiros, são pretos e pardos, ou seja, não usufruem do seu direito de acesso (cidadania financeira). A não utilização efetiva de qualidade dos serviços financeiros gera impactos diretos na inclusão socioeconômica desta população e no fortalecimento do país. Haja vista, os impactos que esta população tem sofrido em sua história no Brasil – enfrentando os efeitos combinados de décadas de políticas e programas de exclusão que contribuíram e perpetuaram para a disparidade de riqueza, no qual o racismo e a marginalização estiveram presente durante a formação da sociedade brasileira – até hoje vêm apresentando diretamente consequências negativas no desenvolvimento socioeconômico nacional (Passos, 2020).

É importante considerar a existência de diversas ações no sistema financeiro que contribuem para a inclusão financeira, tais como a bancarização, os meios de pagamentos, as iniciativas à educação financeira e a criação de novos modelos de negócios (sejam sociais ou não), utilizando como ferramenta tecnologias inovadoras como *blockchain* e a própria internet. (Oliveira, 2018).

Nesta perspectiva, as tecnologias da informação e comunicação (TICs) são instrumentos importantes de inovação no setor financeiro e sua integração com estratégias de inclusão social são necessárias para alcançar desenvolvimento (Diniz, Birochi, & Pozzebon, 2012).

Por sua vez, as fintechs – termo que significa o acrônimo resultante de *financial* e *technology* –, startups financeiras que utilizam das tecnologias das plataformas digitais e o comércio eletrônico como base para a entrega de serviços, têm ganhado cada vez mais destaque tanto pelos volumes de investimento que têm atraído, quanto pelas inovadoras soluções financeiras que, em muitos casos, têm como fim a inclusão financeira e social de indivíduos (Oliveira, 2018).

Em concordância, o BCB (2018a) tem visto o fenômeno das fintechs como uma solução de potencial disruptivo que caminha para as soluções financeiras de forma digital e que o uso da tecnologia pode contribuir para a melhor inclusão financeira dos cidadãos.

Considerando que as fintechs são empresas que introduzem inovações nos mercados financeiros por meio do uso intenso de tecnologia trazendo benefícios à sociedade (Oliveira, 2018) – tais como: aumento da eficiência e concorrência do mercado; celeridade nas transações, diminuição da burocracia para acesso ao sistema financeiro, criando condições para redução de custo operacionais, proporcionando condições de uso a serviços de qualidade e alcançando a população de baixa renda – e que, conforme o BCB (2018a), todos os atores inseridos no sis-

tema financeiro possuem a competência de promover a cidadania financeira da população brasileira, o presente trabalho busca explorar os efeitos das fintechs na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil ao responder à pergunta de pesquisa: as fintechs, como instituições do sistema financeiro, podem ser instrumentos capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil?

Um dos fatores de estímulo para esta presente pesquisa se dá pelas inovações ocorridas no sistema financeiro, muitas delas oriundas destas startups financeiras que possuem em seu objeto a descentralização, a democratização e a desburocratização dos serviços financeiros (Rodrigues, 2021) através do uso intenso de tecnologia, concomitantemente com a preocupação do BCB para que todos os cidadãos possam usufruir do exercício dos seus direitos e deveres na gestão dos seus recursos financeiros no contexto nacional. Porém, quando olhamos para o cenário brasileiro atual, observa-se ainda a existência um número significativo de pessoas excluídas do sistema financeiro cuja grande maioria abrange a população negra (Instituto Locomotiva, 2019). A falta de inclusão financeira da maioria da população brasileira, que é a população negra, tem seus efeitos na geração de riqueza impactando diretamente no desenvolvimento socioeconômico do país (Passos, 2020).

Outro aspecto importante passa pela necessidade de apontamentos das demandas financeiras da população negra, a partir do próprio olhar deste grupo no seu lugar de consumidor, aumentando a sua participação no sistema financeiro para desenvolvimento do setor. Segundo Mengue (2020), o comportamento de consumo da população negra brasileira ainda possui a sua identidade, a sua cultura e o seu status, enquanto consumidora, estereotipados e invisibilizados. Nesta perspectiva, para o BCB (2018b), o cidadão deve ter canais de diálogos para participar do debate sobre o funcionamento do sistema financeiro. Logo, este estudo tem como seu objetivo geral identificar se as fintechs, mesmo com o uso intenso de tecnologia na descentralização, na democratização e na desburocratização dos serviços financeiros, possuem a qualidade de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, trazendo-as como potenciais soluções para que esta população seja capaz de usufruir do exercício do seu direito e dever de gerenciar bem os seus recursos.

O artigo publicado por Florant, Wright, Julien, Stewart III e Yancy (2020), sobre aceleração da inclusão financeira em comunidades negras nos EUA, cita que a falta de acesso a serviços financeiros não é apenas um sintoma da disparidade de riqueza racial; também é uma causa. Sem a capacidade de economizar, investir e se assegurar contra riscos de maneira acessível, muitas famílias negras lutam para transformar a renda que ganham em riqueza.

Devido a sociedade financeirizada que vivemos e os impactos que a população negra tem sofrido no Brasil, decorrentes dos efeitos combinados de décadas de políticas e programas excludentes que contribuíram para a disparidade de riqueza, a necessidade de i) ações inclusivas para que esta população tenha acesso, uso e qualidade aos instrumentos financeiros, uma vez que são de extrema importância para que esta população possa usufruir do pleno exercício dos seus direitos e deveres de gerenciar bem os seus recursos, contribuindo para promoção de oportunidades de desenvolvimento, possibilitando a geração de riqueza, redução das condições de vulnerabilidade e o fortalecimento da cidadania e dos direitos individuais (Artemisia, 2018); ii) da melhor compreensão quanto ao comportamento financeiro da maioria da população brasileira por parte dos atores que compõem o sistema financeiro através da participação desta população em diálogos com instituições financeiras, de maneira que as soluções e produtos se adequem as demandas deste grupo (BCB, 2021) e; iii) da observação das fintechs, como instituições financeiras que possam promover tais transformação, este estudo se justifica pela sua relevância.

Entretanto, mesmo havendo pesquisas que citam as fintechs como um instrumento de inclusão financeira (Almeida & Jorge, 2021; Cordeiro, 2019; Oliveira, 2018; Peixoto, 2018; Rodrigues, 2021; Sanca, 2019), faltam estudos que tragam elementos que nos permitam concluir a relação entre fintechs e seus efeitos na cidadania financeira dos negros no Brasil. O presente estudo poderá contribuir na produção de insights para pesquisas futuras, devido o cruzamento dos temas ser incipiente na literatura.

Como base, a pesquisa conta com uma revisão teórica sobre cidadania financeira e fintechs – uma vez que estas startups financeiras são modelos de negócios recentes – e busca também identificar uma lacuna na literatura que abordasse a relação entre os dois temas com o corte étnico-racial, trazendo o fenômeno das fintechs como mais uma solução viável na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil, impactado diretamente na problemática da exclusão financeira desta população.

Considerando a cidadania financeira dos negros no Brasil e a influência das fintechs, a presente pesquisa tem uma inspiração otimista: identificar se as fintechs podem ser capazes de promover a cidadania financeira dos negros no contexto brasileiro, considerando as necessidades específicas desta população.

O estudo está estruturado a partir do uso da abordagem qualitativa e exploratória, contando com duas etapas metodológicas: a revisão teórica e o estudo de caso de uma fintech. A segunda etapa é conduzida a partir da concepção de estudo de caso único, no qual o caso é visto

com uma maneira de viabilizar a compreensão do fenômeno analisado, ou seja, os potenciais efeitos das fintechs na cidadania financeira dos negros no Brasil.

Sendo assim, este estudo visa contribuir, de maneira prática, às academias, às empresas privadas, às empresas sociais, às instituições do terceiro setor e aos órgãos públicos, com o desenvolvimento de ideias sobre como é possível promover a cidadania financeira da maioria da população brasileira a partir do uso de contas digitais para ampliação do acesso a serviços financeiros.

2 Revisão Teórica

2.1 Cidadania financeira

“Cidadania financeira é o exercício de direitos e deveres que permite ao cidadão gerenciar bem seus recursos financeiros” (BCB, 2018b, p. 7).

“A definição parte da premissa de que a cidadania financeira é um braço do sentido amplo de cidadania, que, em termos simples, é o exercício de direitos e deveres ligados à nacionalidade” (BCB, 2018b, p. 7). Contudo, o termo é delimitado ao escopo do universo das finanças que permite ao cidadão gerenciar bem seus recursos financeiros.

O termo cidadania está associado à Grécia Antiga. Todavia, o significado atribuído hoje chega a ser oposto ao que significava àquela época, na qual nem todos eram cidadãos. A cidadania estava limitada a uma elite. Estavam excluídos, por exemplo, homens de classes inferiores, estrangeiros e todas as mulheres (BCB, 2018b).

A cidadania confere, tradicionalmente, um direito aos cidadãos de participarem das decisões que impactam em seu bem-estar (ou seja, a democracia) e, mais recentemente, o direito ao apoio do Estado para garantir o bem-estar em troca de um comportamento responsável dentro da sociedade (Berry & Serra, 2012).

Em concordância, Comparato (1993) cita que na cidadania greco-romana, os cidadãos são apenas os homens que participam do funcionamento da cidade-Estado e os titulares de direitos políticos. Essa participação se fazia de forma direta, sem a mediação de representantes.

Atualmente, cidadania nos dá o significado de igualdade, direitos, deveres, participação e nacionalidade (BCB, 2018b). A ideia de exercício do poder na esfera pública foi herdada da Grécia, através da participação em eleições e audiências públicas (Comparato, 1993). Contudo, além de perder seu caráter elitista, foi estendido à quase totalidade dos residentes de um país. O escopo da “cidadania” ampliou-se significativamente, incluindo, além dos direitos políticos, os direitos civis e sociais (BCB, 2018b). A ideia-mestra da nova cidadania consiste em fazer

com que o povo se torne parte principal do processo de seu desenvolvimento e a promoção social é a ideia de participação (Comparato, 1993).

Os autores Leyshon e Thrift (1995) trazem, pela primeira vez, a ideia de cidadania financeira como resistência ao processo de exclusão financeira das famílias de baixa renda nos EUA e na Grã-Bretanha nas décadas de 1980 e 1990. Com o fechamento das agências bancárias nos bairros mais pobres e com os bancos focando nas famílias de classe média, as comunidades compostas por famílias de baixa renda se tornaram “sub-bancarizadas” ou excluídas financeiramente. Para os autores, a cidadania financeira é a maneira como os Estados definem fronteiras espaciais de inclusão e exclusão no sistema financeiro e, com base nessas fronteiras, conferem cidadania e direitos para quem está dentro de tais limites. A cidadania financeira é uma maneira de pressionar os Estados a reformarem seus sistemas financeiros para que, ao invés de excluírem, incluam e para que pressionem os sistemas financeiros a perceberem que possuem responsabilidades semelhantes que vão além da soberania do consumidor em direitos humanos básicos (Leyshon & Thrift, 1995).

Segundo o BCB (2018a), para o efeito da definição, gerenciar bem seus recursos financeiros significa planejar o uso de seus recursos, gerenciar o uso de crédito e poupar ativamente. Logo, não se espera que os cidadãos gerenciem bem seus recursos financeiros sem que lhes seja garantido o acesso aos instrumentos e às informações necessárias para isso. O desenvolvimento da cidadania financeira se dá por meio de um contexto de inclusão financeira, de educação financeira, de proteção do consumidor de serviços financeiros e de participação no diálogo sobre o sistema financeiro (BCB, 2018a).

Para efeito de contextualização, segundo o BCB (2018b):

- a) **inclusão financeira** é um estado em que todos os adultos têm acesso efetivo aos seguintes serviços financeiros providos por instituições formais: crédito, poupança (entendida em termos amplos, incluindo contas transacionais), pagamentos, seguros, previdência e investimentos;
- b) **educação financeira** remete ao processo mediante o qual consumidores e investidores financeiros melhoram a sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução ou aconselhamento objetivo, desenvolvam as habilidades e a confiança necessária para se tornarem mais cientes dos riscos e das oportunidades financeiras, para fazerem escolhas baseadas em informação, para saberem onde procurar ajuda e para realizarem outras ações efetivas que melhorem o seu bem-estar financeiro;

- c) **proteção do consumidor** de serviços financeiros visa assegurar que os consumidores: i) recebam informações que lhes permitam tomar decisões informadas, ii) não estejam sujeitos a práticas injustas ou enganosas e iii) tenham acesso a mecanismos e à apresentação de recursos para resolver conflitos;
- d) **participação no diálogo** sobre o sistema financeiro refere-se ao engajamento dos cidadãos e dos outros *stakeholders* do sistema financeiro em um diálogo construtivo para aperfeiçoá-lo, ao se integrarem diferentes pontos de vista às definições sobre seu funcionamento.

O conceito e o contexto da cidadania financeira têm o olhar voltado para as quatro dimensões de maneira integrada ao mesmo tempo que prioriza a busca do acesso sustentável à inclusão financeira por meio dos instrumentos financeiros (BCB, 2018b).

O debate sobre este escopo ampliado e transversal da cidadania financeira, além de recente no Brasil, tem tido pouco espaço. Conforme o BCB (2018b), discute-se e escreve-se mais sobre as dimensões de maneira separada e encontram-se poucas referências que apontem diretamente o tema da cidadania financeira.

Em acordo, Berry e Serra (2012), ressaltam que a cidadania financeira precisa ser entendida no contexto da evolução da cidadania em termos mais amplos. Uma concepção forte de cidadania financeira exige que os indivíduos e as famílias tenham acesso a recursos significativos que permitam um comportamento financeiramente responsável e que os cidadãos tenham a oportunidade e a capacidade de moldar a forma como o sistema financeiro funciona (Berry & Serra, 2012).

A promoção da cidadania financeira no Brasil extrapola as competências do BCB (2018b), pois não se restringe a uma única instituição, e sim adentra a diversas instituições, valendo citar: os membros do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), a iniciativa privada (como os fornecedores de serviços financeiros e de pagamento, os varejistas, os fornecedores de instrumentos para facilitar a gestão de finanças e instituições privadas de educação), o poder de influência de organizações da sociedade civil e de outros formadores de opinião e a própria população (BCB, 2018b).

2.1.1 Inclusão financeira

“O cidadão tem acesso a serviços financeiros que se adequam às suas necessidades” (BCB, 2018b, p.8).

A inclusão financeira tem se tornado um tema de estudo com muita relevância, tendo o seu lugar em agendas de políticas públicas globalmente. Tal interesse tem sido observado devido aos impactos que a inclusão financeira gera nas vidas, em especial, da população de baixa renda, trazendo um reflexo, de maneira positiva, nos indicadores socioeconômicos (Diniz, Birochi, & Pozzebon, 2012).

O conceito de inclusão financeira pode ser considerado um tema um tanto recente na literatura, sendo antecedido pelos termos microfinanças e microcrédito ao longo do tempo (Diniz et al., 2016).

Chauvet e Jacolin (2017) definem a inclusão financeira como o acesso de pessoas ou empresas a produtos financeiros, o acesso a serviços financeiros formais por um preço acessível (Diniz et al., 2012) ou, sendo mais específico, o acesso a serviços financeiros a custos mais acessíveis para segmentos da sociedade de baixa renda (Zuccaro & Bridwell, 2016).

Em concordância, Demirgüç-Kunt e Klapper (2013) apontam a inclusão financeira como uso de serviços financeiros formais. Os autores trazem questões que aprofundam o conceito de inclusão financeira, que, além da propriedade e uso da conta bancária, avançam nos aspectos da qualidade ou da adequação do uso dos serviços financeiros e assim levam em consideração as necessidades das pessoas incluídas no sistema financeiro formal, avaliando ainda a frequência e forma de uso dos serviços financeiros, obtendo-se um conceito mais amplo e de dimensão da adequação da inclusão financeira.

Para Ribeiro, Pires-Alves, Pondé, Prado e Barbosa (2020), no sentido mais geral, ao contrário da inclusão financeira, a exclusão financeira está relacionada ao processo que limita ou impede o acesso dos cidadãos ou grupos a serviços financeiros, não somente o acesso em si ao sistema financeiro formal, como também as condições nas quais tal sistema é recorrido pelos diferentes indivíduos e grupos de uma sociedade. Os mesmos autores citam que a exclusão financeira possui diferentes dimensões qualitativas relacionadas à variedade dos produtos e serviços, bem como a sua adequação às necessidades específicas dos consumidores.

Kempson e Whyley (1999), consideram que a exclusão financeira não possui causas únicas. Nesta perspectiva, Anderloni e Carluccio (2007) apontam seis causas de exclusão financeira: i) exclusão de acesso – causada por restrições de acesso aos serviços bancários, quando os bancos realizam análise de risco e decidem não prestar serviços financeiros a grupos específicos; ii) exclusão de condições – causada pelas condições inapropriadas de acesso e de uso para suprir às demandas de públicos e clientes determinados. Pode ocorrer a exclusão porque determinados clientes não possuem condições de acessar serviços específicos; iii) exclusão de preço – exclusão dos serviços pelo seu custo; iv) exclusão de marketing – causada pelo

direcionamento de alguns segmentos do mercado a grupos específicos. Logo, alguns produtos podem excluir públicos não específicos; v) exclusão geográfica (causada por dificuldades no acesso geográfico a serviços financeiros. Pode ocorrer quando os serviços oferecidos não são ofertados em determinadas regiões; e vi) autoexclusão (o próprio cidadão se exclui quanto ao acesso e ao uso de serviços financeiros. Pode ocorrer pela crença de que suas necessidades não serão atendidas e de que os serviços lhe serão negados, ou até mesmo por falta de interesse).

A inclusão financeira é considerada pelos países do bloco econômico G20 um tema de alta relevância através da iniciativa *The Global Partnership for Financial Inclusion* (GPII), uma plataforma inclusiva para todos os países do G20, países interessados não pertencentes ao G20 e partes interessadas relevantes, para levar adiante o trabalho de inclusão financeira, incluindo a implementação do Plano de Ação de Inclusão Financeira do G20, endossado na Cúpula do G20 em Seul, em 2010 (GPII, 2020). Os autores declaram que, para o G20, a inclusão financeira não foi apenas incluída de forma proeminente na declaração dos líderes participantes, mas também foi destacada como um componente importante no Consenso de Desenvolvimento de Seul e na agenda de reforma do setor financeiro.

Segundo Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar e Hess (2018), banco de dados do Banco Mundial que estuda a evolução da inclusão financeira global, 2 bilhões de adultos em todo mundo não têm acesso a serviços financeiros prestados por instituições financeiras regulamentadas. O autor aponta que, embora a penetração de conta bancária seja quase universal nas economias de alta renda, com 94% dos adultos relatando ter uma conta bancária em uma instituição financeira formal, nas economias em desenvolvimento essa porcentagem é de apenas 54%.

Quanto à inclusão financeira no Brasil, esta passou pela evolução dos conceitos microcrédito, microfinanças, inclusão financeira e cidadania financeira (Sela, Gonzalez, & Christopoulos, 2020).

Os autores explicam que o foco inicial foi o microcrédito (inicialmente ofertado através de instituições não governamentais, na década de 1970), que se estendeu até o ano de 2003. Posteriormente, aos poucos ganhou uma visão mais ampla. Em seguida, passou a ser tratada como microfinança, que, além do crédito, incluía o acesso aos meios de pagamento, poupança e seguros. Até que, em 2009, a agenda passou a ser relacionada como inclusão financeira e buscou promover o efetivo acesso e uso pela população dos serviços financeiros, adequados às suas necessidades.

O processo de evolução da agenda da inclusão financeira no Brasil tem o BCB como um dos atores relevantes (Barreiros, 2020). Através do Relatório de Inclusão Financeira (RIF),

o BCB (2015) defende que a inclusão financeira plena pode ser entendida como o estado no qual a população tenha acesso e faça uso, de maneira simples, equilibrada e consciente, de serviços financeiros que tragam ganhos de bem-estar ao cidadão, de maneira conveniente e por preços acessíveis.

O autor reconhece que este conceito está em constante debate e aperfeiçoamento, por ser um conceito multidimensional e que podem ser resumidas em três tópicos: i) acesso – a disponibilidade de serviços e produtos oferecidos por instituições financeiras; ii) uso – a extensão e à profundidade de uso dos serviços e produtos financeiros; e iii) qualidade – a relevância dos serviços e produtos financeiros para a vida diária do consumidor e para a efetividade dos canais de atendimento e reclamação (BCB, 2015).

Em concordância, para Barreiros (2020), a inclusão financeira também pode ser definida como o acesso universal a serviços financeiros a preços razoáveis, provido por organizações sólidas e sustentáveis para a inclusão de poupança, investimentos, empréstimos e seguros.

Por outro lado, a inclusão financeira tem sido entendida, de maneira simples e superficial, como somente a bancarização, no qual o indivíduo ou parcela da população possui conta bancária (Barreiros, 2020). Vale destacar que a bancarização é a simples propriedade de uma conta bancária. O acesso, embora garanta a possibilidade de acessar serviços financeiros e bancários, não garante de maneira absoluta a inclusão financeira do indivíduo; é necessário considerar o uso, ou seja, a utilização frequente da conta bancária, pois é a utilização da conta que determina a adequação e a qualidade da conta bancária, definindo a adequação como um dos pontos mais sensíveis na utilização de contas bancárias pela população de baixa renda (Gonzalez, Deak, & Prado, 2018).

Para desenvolver serviços adequados às reais necessidades, um possível caminho é a utilização de metodologias e ferramentas que coloquem o usuário no centro do desenvolvimento (BCB, 2018b). Para o autor, na construção de um novo produto ou serviço, em muitos casos, o grupo de colaboradores envolvidos pertence a culturas e a realidades distantes daquelas do perfil ao qual o serviço se destina. Portanto, para que tenha *suitability*, é importante o uso de abordagens e instrumentos inovadores que possam compreender com profundidade as prioridades, os hábitos e os processos de decisão dos perfis de interesse, para que possam moldar um serviço e testá-los (BCB, 2018b).

Nesse sentido, a inclusão financeira passou a ser um dos pilares no BCB que, junto com a educação financeira e a proteção ao consumidor, a partir de 2015, instituiu uma nova agenda: a cidadania financeira. Nessa nova concepção, a agenda passa a oferecer proteção, educação e inclusão financeira aos cidadãos (Sela et al., 2020).

2.1.2 *Educação financeira*

“O cidadão tem a oportunidade de desenvolver capacidades e autoconfiança para gerenciar bem seus recursos financeiros” (BCB, 2018b, p.8).

A educação financeira é um tema que tem ganhado relevância no contexto financeiro atual (Hurtado & Freitas, 2020). O crescente número de produtos disponibilizados no mercado financeiro tem exigido cada vez mais conhecimentos, que poderão ser adquiridos por meio da educação financeira (Silva & Porto, 2006).

A educação financeira é conceituada pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) como o processo pelo qual os consumidores e os investidores financeiros melhoram sua compreensão dos produtos, conceitos e riscos e, por meio de informações, instruções e/ou conselhos objetivos, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais consciente dos riscos e das oportunidades financeiras (OCDE, 2013).

Em concordância, para Gans, Oliveira, Gans, Moreira e Filho (2016). A importância da educação financeira para a estabilidade econômica e independência financeira de pessoas de baixa renda. *Revista Da FAE*, 1, 93–102. <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/407> (2018), a educação financeira surge como resposta para orientar na tomada de decisões, informando sobre serviços financeiros ofertados, necessidades e desejos de consumo, poupança, financiamento e juros, investimentos e rendimentos. A educação financeira colabora na formação dos sujeitos e, por consequência, de toda a sociedade, sempre com uma visão de compromisso com o futuro. Portanto a educação financeira vai além da provisão de informação e aconselhamento financeiro e deve ser regulamentada para fins de proteção aos clientes financeiros (OCDE, 2005).

Para o Araújo e Souza (2012), a melhoria da educação financeira produz aos cidadãos uma melhor proteção contra infortúnios, pois ficam em uma melhor posição para se protegerem, como também pode maximizar a renda, utilizando de maneira adequada os produtos financeiros e reduzindo riscos e custos.

Para Moraes (2019), a proposta da educação financeira é formar o indivíduo no campo do planejamento e da maneira como administrar os recursos monetários, com o objetivo de ajudá-lo na tomada de decisões que permitam-lhe poupar e investir, garantindo a vivência mais tranquila financeiramente, seja no presente ou no futuro.

No cenário internacional, existe uma crescente preocupação na educação financeira para o pleno exercício dos direitos devido a uma série de fatores (Araújo & Souza, 2012), tais como: a grande faixa de opções de produtos e serviços financeiros de empréstimo e investimento, as

novas tecnologias para acesso e comercialização, o aumento da expectativa de vida da população e as recentes reformas nos sistemas previdenciários, que transferem gradualmente a responsabilidade dos governos sobre sua aposentadoria para os cidadãos (OCDE, 2005).

No Brasil, o BCB iniciou sua atuação com os programas de Comunicação Educativa, em 1998, e de Educação Financeira, em 2003. As ações que foram empreendidas no âmbito do Programa de Comunicação Educativa visavam conceitos econômicos e de noções básicas sobre o papel de bancos centrais (BCB, 2018a). O programa de 2003 se aproximou muito mais do conceito que hoje entendemos por educação financeira, ao buscar promover as informações sobre o uso de serviços financeiros (BCB, 2018a).

Em 2005, a OCDE, em sua recomendação sobre princípios e boas práticas para finanças, educação e conscientização, considerou que as pesquisas de alfabetização financeira realizadas naqueles últimos anos, mostraram que os consumidores tinham baixos níveis de alfabetização financeira e não tinham consciência da necessidade de educação financeira.

Em acordo, para Moraes (2019), a educação financeira ainda não faz parte do cotidiano da maioria da população, devido à falta de planejamento financeiro a respeito do consumo consciente.

Para a OCDE (2005), os governos e instituições públicas e privadas relevantes (em nível nacional e subnacional e incluindo órgãos reguladores e supervisores) tanto em países da OCDE e quanto em não membros da OCDE podem se beneficiar de orientação internacional sobre princípios e boas práticas para educação e conscientização financeira.

Nesse sentido, tem aumentado o número de ações privadas e públicas que objetivam a articulação entre o tema educação financeira com a sociedade (Araújo & Souza, 2012). Uma destas iniciativas é a inserção da educação financeira nas escolas para a formação dos alunos (Silva & Selva, 2018).

No Brasil, em 2010, com Decreto Federal n. 7.397/2010, foi criada a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A finalidade da ENEF é a mobilização em torno da promoção de ações de educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal no Brasil (ENEF, 2011). O autor afirma que se houvesse a inclusão da educação financeira no ensino básico seriam mais efetivos a consciência e o planejamento entre a população. Saber quanto gastar e como investir é fundamental na garantia do futuro dos jovens e adolescentes.

Em 2018, por meio das orientações do Ministério da Educação e Cultura (MEC), a educação financeira foi apresentada na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) como tema con-

temporâneo e necessário ao currículo escolar, com o objetivo de introduzir aos alunos o interesse pelas finanças e pela economia e potencializar a capacidade de tomada de decisões financeiras no seu dia a dia (BNCC, 2018).

Pelo fato de o Brasil ainda não ter uma cultura baseada na educação financeira, a população tem sido penalizada, em especial a parcela mais pobre, que não possui poupança para fazer frente aos reveses da vida (Araújo & Souza, 2012). Em concordância, Savoia, Saito e Santana (2007) afirmam que há uma situação preocupante no âmbito da educação financeira, demandando urgência na inserção do tema em todas as esferas, ainda mais considerando a desequilibrada distribuição de renda desse país.

Todavia, com a aplicação da educação, como também a educação financeira, o indivíduo terá mais oportunidades de conquistar um espaço na sociedade e ter condições de adquirir conhecimento e lutar pelos seus direitos, de maneira que tenha uma vida digna (Araújo & Souza, 2012). Os autores também citam que é preciso trabalhar a educação financeira além da matemática financeira, incluindo outros temas, dentre eles: consumo planejado e consciente, orçamento, poupança, gestão de dívidas e responsabilidade social.

2.1.3 Proteção ao consumidor

“O cidadão conta com ambiente de negócios que gera confiança, com informações simples e mecanismos de solução de conflito” (BCB, 2018b).

Como os demais países e entidades internacionais, o Brasil reconhece a necessidade de assegurar não somente a inclusão e a educação financeira, como também a qualidade da relação entre os consumidores e instituições financeiras na construção de um ambiente mais atrativo para os cidadãos excluídos do sistema financeiro, de forma a garantir que tal inclusão financeira promova benefícios e bem-estar para os indivíduos, resultando assim em desenvolvimento econômico (BCB, 2018b).

Nos últimos anos, com a maior integração do sistema financeiro e a tecnologia (tendo uma maior participação como negócio nas empresas), tem se exigido muito mais conhecimento dos cidadãos quanto aos produtos e serviços financeiros. Em concordância, Campos e Silva (2014) afirmam que, com as constantes e ágeis mudanças econômicas e sociais ocorridas no Brasil e no mundo nos últimos anos, termina sendo frequente a falta de exatidão dos produtos e serviços financeiros que são apresentados à população, havendo até mesmo a aquisição de produtos sem ter o conhecimento das consequências que isso pode causar. Para os autores, é indiscutível a necessidade de um debate sobre questões pertinentes.

A proteção ao consumidor no sistema financeiro busca equilibrar o relacionamento entre prestadores de serviços financeiros e consumidores, bem como procura que as informações disponibilizadas aos clientes sobre suas transações financeiras tornem-se cada vez mais simples e claras, impactando diretamente na falta de conhecimento dos clientes sobre as opções financeiras disponíveis, além de altas taxas de retorno pagas em excesso (Elsayed, 2020).

No âmbito internacional, a OCDE (2011) em uma análise produzida para os países-membros do G20, afirma que a confiança dos consumidores em um mercado, no qual funcionam bem os termos de serviços financeiros, promove, a longo prazo, a estabilidade financeira, o crescimento, a eficiência e a inovação e que a regulação e a supervisão adotadas pelas autarquias de fiscalização contribuem para a proteção dos consumidores. No entanto, mesmo que existam várias jurisdições, é necessário incorporar e/ou fortalecer políticas direcionadas para proteção do consumidor de serviços financeiros no que tange aos desenvolvimentos recentes e mais estruturais (OCDE, 2011).

Para o Banco Mundial (BM), a proteção do consumidor de serviços financeiros estabelece regras de conduta para os provedores de serviços financeiros em relação a seus clientes. Ela visa assegurar que os consumidores: i) recebam informações que lhes permitam tomar decisões informadas; ii) não estejam sujeitos a práticas injustas ou enganosas; e iii) tenham acesso a mecanismos e à apresentação de recursos para resolver conflitos (Banco Mundial [BM], 2012).

A Organização Internacional de Proteção do Consumidor de Serviços Financeiros (FinCoNet) reforça a importância do tema, que foi intensificado devido à experiência da recente crise financeira mundial, em especial no que tange à oferta de crédito (FinCoNet, 2016).

A educação financeira atua como um dos suportes para a proteção, fornecendo informações, orientações e instruções ao consumidor para melhor utilização dos produtos e dos serviços financeiros (Araújo & Souza, 2012).

Caso haja conflito entre o consumidor e a instituição, deve haver sistemas de reparação e de garantia de um sistema legal de proteção que ofereça segurança àqueles consumidores incapazes ou não dispostos a aumentar sua capacitação financeira (OCDE, 2005).

2.1.4 Participação do cidadão

“O cidadão deve ter canais para participar do debate sobre o funcionamento do sistema financeiro” (BCB, 2018b).

Como já mencionado, o BCB usou pela primeira vez a expressão cidadania financeira como forma integrada de enxergar a inclusão financeira, a educação financeira e a proteção ao

consumidor de serviços financeiros. Em 2018, a RCF adiciona fronteiras mais sólidas, com uma publicação que acrescenta mais uma dimensão ao seu conceito, afirmando que o contexto para o desenvolvimento da cidadania financeira também abrange a participação e o engajamento do cidadão e de outros atores em um diálogo no desenvolvimento do sistema financeiro (BCB, 2018b).

A RCF procura traçar um panorama atual da cidadania financeira, abordando não somente dados relativos à inclusão financeira – foco das edições anteriores da RIF – mas também os aspectos relacionados à educação financeira, à proteção ao consumidor e à participação não somente de outros *stakeholders*, mas também do cidadão (de maneira inovadora) no aprimoramento do sistema financeiro (BCB, 2018b).

Neste contexto inovador, a cidadania financeira deve ser entendida como uma evolução da cidadania de forma mais geral. A cidadania confere, tradicionalmente, um direito aos cidadãos de participar das decisões que impactam em seu bem-estar e, mais recentemente, o direito ao apoio do Estado para garantir o bem-estar em troca de um comportamento responsável dentro da sociedade (Berry & Serra, 2012).

Entretanto, para a maior participação colaborativa dos cidadãos na construção do sistema financeiro, é importante que haja a promoção e a aplicabilidade da dimensão da educação financeira, o que deve ser capitaneado pelas instituições reguladoras (BCB, 2018b). Em concordância, Araújo e Souza (2012) afirmam que a educação financeira é responsabilidade de vários atores sociais, mas esse dever também precisa ser assumido pelo BCB, pois essa entidade possui singularidades que demonstram a necessidade de atuação na promoção do tema.

Nesta concepção de cidadão como mais um ator responsável pela evolução do sistema financeiro em uma sociedade financeirizada, a cidadania financeira exige que os indivíduos e as famílias tenham acesso a recursos significativos que permitam um comportamento financeiramente responsável e que os cidadãos tenham a oportunidade e a capacidade de moldar a forma como o sistema financeiro funciona (Berry & Serra, 2012).

Por outro lado, cada vez mais é exigida a existência de canais de diálogos entre os consumidores, as instituições financeiras e as agências reguladoras, tais como ouvidorias organizacionais com a atribuição de assegurar a estrita observância das normas legais e regulamentares relativas aos direitos do consumidor e de atuar como canal de comunicação entre essas instituições e os clientes e usuários de seus produtos e serviços, inclusive na mediação de conflitos (Araújo & Souza, 2012).

No Brasil, conforme o BCB (2018b), as operadoras e reguladores do sistema financeiro mantêm ouvidorias e outros canais para atender o cidadão. Porém, em partes, o fluxo de comunicação ainda é formal, com distanciamento e postura defensiva. É preciso que haja uma transformação para um diálogo mais ativo, próximo e construtivo sobre o funcionamento do sistema financeiro (BCB, 2018b). Neste quesito, objetivando simplificar a relação entre os cidadãos e outros *stakeholders*, o autor sugere a utilização de redes sociais ou aplicativos para o desenvolvimento de fóruns oficiais de diálogo direto com cidadãos, respondendo ativamente as dúvidas e tomando conhecimento dos diferentes pontos de vista, de forma a enriquecer o arcabouço em que se baseia a tomada de decisão (BCB, 2018a).

Neste sentido, a necessidade de maior transparência por parte das instituições financeiras permitirá que os consumidores tomem decisões, gerando mais oportunidades aos indivíduos de influenciarem para onde as suas finanças podem ser direcionadas (Berry & Serra, 2012).

E, por fim, é fundamental que, nos canais de relacionamento, nos eventos e reuniões, nas publicações e comunicações oficiais, nas audiências e consultas públicas e na interlocução com a mídia, passe a ser utilizada uma linguagem mais simples, sem jargões e tecnicidades excessivas, o que é um pré-requisito para se desenvolver um diálogo mais horizontal e colaborativo (BCB, 2018a).

2.2 Fintech

Da mesma maneira que as inovações tecnológicas vêm revolucionando setores tradicionais da economia e da sociedade, no setor financeiro os serviços financeiros também estão sendo ofertados ao mercado por meio da tecnologia, dando origem ao termo fintech (Zalan & Toufaily, 2017).

O termo fintech inclui várias iniciativas no setor financeiro que fazem uso de tecnologias avançadas, principalmente com base na internet, tais como de *e-commerce*, pagamentos móveis, *crowdfunding*, *crowd investing*, entre outros (Oliveira, 2018).

De acordo com o *Financial Stability Board* (FSB), o termo fintech se refere à inovação viabilizada por tecnologia em serviços financeiros que pode resultar em novos modelos de negócios, aplicativos, processos ou produtos com um efeito material associado na prestação de serviços financeiros (FSB, 2017).

Neste sentido, as fintechs são empresas que introduzem inovações nos mercados financeiros por meio do uso intenso de tecnologia, com potencial para criar modelos de negócios nos quais atuam por meio de plataformas online, oferecendo serviços digitais inovadores relacionados ao setor (BCB, 2019). Para o autor, as fintechs podem trazer benefícios como, por exemplo,

aumento da eficiência e concorrência no mercado de crédito, celeridade nas transações, diminuição da burocracia no acesso ao crédito, criação de condições para redução do custo do crédito, inovação e acesso ao sistema financeiro nacional (BCB, 2019).

Para o BCB (2020b), não há um conceito único e consensual de fintech. Do ponto de vista dos clientes e usuários, as fintechs são sinônimo de empresas de pequeno porte que operam por meio de plataformas digitais, fornecendo serviços financeiros diferenciados, de baixo custo, de fácil acesso e com apelo tecnológico. Por questão de sistematização, as fintechs são categorizadas em: pagamentos, gestão financeira, empréstimos, investimentos, *funding*, seguros, negociação de dívidas, criptomoedas, *Distributed Ledger Technologies* (DLT), câmbios e multiserviços (FintechLab, 2017; Saddi, 2020).

As fintechs não ficam restritas ao limite de porte e de enquadramento como instituição financeira, bancária ou não bancária. Por exemplo, como modelos de negócios, podem atuar de várias formas (BCB, 2020a). Para o autor, elas podem: i) operar sem uma licença específica do supervisor financeiro, na condição de parceiras ou correspondentes de instituições financeiras autorizadas; ii) atuar na forma de bancos digitais, a princípio constituídos sob essa premissa ou transformados nessa direção; algumas vezes, iii) se confundir com segmentos ou modalidades específicas de instituições financeiras, criados para recepcioná-las; por fim, iv) até serem identificadas como bancos convencionais, que possuem modelos tecnológicos mais modernos ou criam instituições específicas dentro dos seus grupos para aglutinar esse conceito (BCB, 2020).

Nesse contexto, esse fenômeno pode representar uma oportunidade e ao mesmo tempo um desafio regulatório. Na visão do BCB (2020a), por um lado, as fintechs podem representar importante mecanismo para o aumento da eficiência e da concorrência, redução do custo e democratização do sistema financeiro, uma meta cada vez mais relevante e exigida pela sociedade. Por outro lado, podem gerar questionamentos quanto à extensão do perímetro regulatório e aos processos de supervisão, que passam a requerer uma ampla revisão de critérios, princípios e procedimentos. Trata-se de um ajuste complexo e sensível, ainda sem fórmulas ou princípios consensuais (BCB, 2020b).

Como já citado, existe a expectativa de que as fintechs aumentem a concorrência no sistema, por meio da expansão da oferta de produtos e serviços e do uso de recursos tecnológicos mais avançados e especializados (BCB, 2020a). Dessa forma, as parcerias são um elemento indispensável para o desenvolvimento das empresas e das comunidades (Sanca, 2020), no qual os *stakeholders* são mais propensos a revelar informações valiosas que podem levar a uma

maior eficiência e inovação (Parmar et al., 2010), compartilhando dados de maneira regulamentada através de integrações tecnológicas das camadas de serviços, criando valor para o ecossistema na comercialização dos produtos e serviços.

Comparadas com as instituições financeiras tradicionais, as fintechs possuem um olhar mais centrado nas necessidades do cliente, tendo como base a estratégia “*Customer Centric*”, ou seja, a centralização de todo o planejamento estratégico na experiência do cliente, aumentando a taxa de fidelização e atingindo melhores resultados, o que difere da estratégia da maioria das instituições financeiras tradicionais, que possuem sua agenda estratégica no “*Product Centric*” e se concentram nos produtos que traz ao mercado e não nos clientes que consomem esses produtos (FintechLab, 2016).

Como já citado, é importante que o uso de abordagens e de instrumentos inovadores possam compreender com profundidade as prioridades, os hábitos e os processos de decisão dos perfis de interesse, para moldar um serviço e testá-lo (BCB, 2018b), de maneira que o tratamento, a manutenção e a guarda das informações do consumidor estejam seguras pelo sigilo dos dados (Lima & Silveira, 2018).

Para Gonzalez, Diniz e Cernev (2016), as fintechs apresentam duas formas de classificação: pela sua categoria de serviços e pela sua finalidade. No primeiro grupo: i) serviço de pagamento, ii) conta corrente, iii) cartões de crédito, iv) transferências, v) investimento, vi) financiamento, vii) seguros, viii) gestão contábil-financeira e assessoria, ix) infraestrutura e x) criptomoedas. E no segundo grupo de classificação: i) inclusão de público jovem, ii) inclusão de público de baixa renda, e iii) adição de serviços para públicos já bancarizados.

Para o BCB (2020b), a classificação é definida de acordo com a forma como as fintechs se inserem na matriz de produção da indústria financeira. Elas podem ser classificadas como i) fornecedoras de insumos financeiros a outras instituições, provendo soluções diferenciadas em tecnologia (foco em tecnologia) e configurando o modelo *Business to Business* (B2B) – neste caso também conhecida como *techfin*ⁱ –; ou como ii) provedoras de serviços financeiros aos clientes e usuários finais. Neste último caso, por meio do modelo *Business to Consumer* (B2C), elas ofertam serviços financeiros aos clientes finais com tecnologia diferenciada.

Considerando o ramo de atuação, que se trata muito mais do modo como se faz negócio e não dos segmentos ou tipos de instituições, as fintechs apresentam um espectro amplo de atuação, já que podem atuar em quase todas as áreas do sistema financeiro, incluindo também os ramos de valores mobiliários, previdência e seguros. Essas possibilidades variam de acordo com o posicionamento na matriz de produção. As fintechs que atuam provendo soluções aos clientes finais podem operar nas modalidades de empréstimos, depósitos, pagamentos, seguros,

investimentos, planejamento financeiro, consultoria e *crowdfunding*. Já as que fornecem serviços para outras instituições financeiras atuam provendo serviços de computação em nuvem, gestão de informação e análise de crédito e biometria (BCB, 2020b).

Atualmente também é possível classificar as *fintechs* de acordo com o porte. Embora a maioria seja composta por empresas de micro e pequeno porte, existem as grandes empresas de tecnologia, chamadas convencionalmente de *bigtechs*, que se originam de outros ramos de atuação, mas, devido ao uso diferenciado de tecnologia e de sua rede de clientes ampla e cativa, têm procurado cada vez mais atuar no sistema financeiro. Empresas como Google, Facebook, Apple e Amazon são exemplos mais claros dessa categoria (BCB, 2020b).

Em concordância, Soki (2019) afirma que, após uma década e meia de desenvolvimentos, além das diversas plataformas que oferecem empréstimos para consumidores e empresas, as *bigtechs* passaram a ofertar crédito aos seus clientes com base nas informações geradas por suas atividades dentro das plataformas que operam.

Quanto ao modelo de negócio, conforme o BCB (2020b), existem três categorias conceituais de bancos digitais, que são as formas como as *fintechs* se apresentam no segmento bancário: i) bancos digitais de plataforma fechada, que oferecem aos clientes a experiência digital diferenciada, mas com produtos e serviços semelhantes aos dos bancos convencionais; ii) bancos digitais de plataforma aberta, ou *marketplace*, que mesclam a oferta de produtos e serviços próprios com os de terceiros, incluindo instituições não financeiras de *e-commerce*; e iii) bancos de serviço (*banking-as-a-service*), que são especializados em fornecer soluções tecnológicas combinadas com serviços privativos de bancos, provendo ganhos de escala, aprimoramento de tecnologia e redução ou eliminação de custos regulatórios para instituições financeiras, autorizadas ou não, sob a concepção de que a licença bancária é um serviço que pode ser contratado. Dentre os modelos citados, está a Conta Black (que provê serviços financeiros ao cliente final), estudo de caso do presente trabalho.

2.3 Fintechs e a cidadania financeira dos negros no brasil

Como já supracitado neste trabalho, a cidadania financeira é o exercício de direitos e deveres que permite ao cidadão gerenciar bem seus recursos financeiros e seu desenvolvimento se dá por meio de uma visão expandida de um contexto de inclusão financeira, de educação financeira, de proteção ao consumidor de serviços financeiros e da participação no diálogo sobre o sistema financeiro (BCB, 2018b). Neste sentido, caso o cidadão esteja excluído do sistema financeiro, ela não goza dos seus direitos e deveres.

A inclusão financeira é benéfica especialmente para os mais pobres por permitir-lhes acesso a ferramentas financeiras necessárias para exercer sua cidadania, ou mesmo para ter alguma reserva para emergências como doenças ou desemprego (Demirgüç-Kunt, Allen, Klapper & Martinez, 2016). Em concordância, Ferrarini (2021), evidencia que as fintechs, ao ofertar serviços financeiros simplificados e ao propiciar a inclusão social às pessoas das classes sociais menos favorecidas, inserem-nas como membros ativos da sociedade, contribuindo, sobremaneira, na melhoria da qualidade de vida e cidadania.

Neste sentido, durante a pandemia do coronavírus, em 2020, as contas digitais foram utilizadas como instrumento de política pública na distribuição do auxílio emergencial por meio do aplicativo Caixa Tem. O vice-presidente de negócios de varejo da Caixa Econômica Federal, Celso Leonardo Barbosa, afirma que dos 107 milhões de cidadãos que acessaram o serviço, 38 milhões de pessoas eram não bancarizadasⁱⁱ.

Nesse sentido, Rodrigues (2021) argumenta que as fintechs possuem grande potencial como instrumento de políticas públicas de acesso aos serviços e de intermediação financeira, bem como de inclusão social devido às características que estas *startups* possuem: a descentralização, a democratização e a desburocratização dos serviços financeiros.

Apesar da promoção à cidadania financeira ser um dos focos do BCB e estar na agenda de uma rede ampla de instituições financeiras que se uniram com este objetivo (BCB, 2018b), no Brasil ainda temos uma parte relevante da população excluída financeiramente. Conforme Demirgüç-Kunt et al. (2018), em 2017, 30% da população brasileira estava desbancarizada. Mesmo com os avanços das aberturas de contas digitais pela população mais pobre para recebimento do auxílio emergencial, milhões de pessoas no Brasil e no mundo estão excluídas do acesso adequado à educação e aos serviços financeiros (Rodrigues, 2021).

Segundo o Instituto Locomotiva (2019), um em cada três brasileiros da população urbana não possui conta bancária, sendo que, deste montante, 59% são mulheres; 31% são jovens entre 16 e 24 anos; 86% são das classes C, D e E; e 69% desta população são negros. O mesmo autor declara que, em 2020, a população de desbancarizados e sub-desbancarizados era de quase 30 milhões de brasileiros.

Baseado nestes números, podemos imaginar que, tratando-se do quesito cor/raça, aproximadamente sete em cada dez brasileiros excluídos do sistema financeiro ou que utilizam de maneira precária instrumentos financeiros, são pretos e pardos, ou seja, não usufruem dos seus direitos e deveres de gerenciar bem os seus recursos financeiros (cidadania financeira), como também não usufruem efetivamente de qualidade dos serviços financeiros, gerando impactos diretos na inclusão socioeconômica dessa população e no fortalecimento econômico do país.

Em seu estudo sobre o perfil dos excluídos financeiramente no Brasil, Ribeiro et al., (2020) utiliza dados demográficos e socioeconômicos das famílias brasileiras, disponíveis na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017 e 2018 do IBGE e identifica que, das pessoas que se autodenominam pretos ou pardos, apenas 40% possuíam conta corrente; 35%, acesso à poupança; e 33%, acesso ao cartão de crédito.

A falta de acesso da população negra a serviços financeiros não é apenas um sintoma da disparidade de riqueza racial; também é uma causa. Sem a capacidade de economizar, investir e se assegurar contra riscos de maneira acessível, muitas famílias negras lutam para transformar a renda que ganham em riqueza (Florant, et al., 2020).

Para entender a configuração financeira da população negra é importante observar a falta de inserção socioeconômica (Campos, 2020) que esta população tem sofrido em sua história no Brasil, enfrentando os efeitos combinados de décadas de políticas e programas de exclusão que contribuíram e perpetuaram para a disparidade de riqueza. O racismo e a marginalização estiveram presente durante a formação da sociedade brasileira e até hoje vêm apresentando consequências negativas que impactam diretamente no desenvolvimento nacional (Passos, 2020). O autor afirma que o racismo é uma estrutura que está impregnada em todos os rincões da sociedade brasileira.

De acordo, Almeida (2018) afirma que o racismo, no contexto brasileiro, é estrutural e sistematizado como parte da ordem social que privilegia determinados grupos sociais em detrimento de outros, podendo ser de maneira coletiva ou individualizada. Neste caso, da comunidade branca contra a comunidade negra. O autor cita que o racismo estrutural se expressa de maneira concreta como desigualdade política, econômica e jurídica.

A inclusão de famílias negras no sistema financeiro também criaria oportunidades para empresas de serviços financeiros (Noel et al., 2020). O autor cita que o aumento da inclusão dos negros no sistema financeiro beneficiaria toda a economia: as famílias negras teriam maiores oportunidades de reinvestir e aumentar sua riqueza e, subsequentemente, apoiar o aumento da atividade econômica. Segundo o Instituto Locomotiva (2021), caso os negros ganhassem como os não negros, seriam quase R\$ 1 trilhão a mais de renda no trabalho anual para os brasileiros negros.

Para Noel, Wright, Pinder, e Stewart III (2019), nos EUA, as famílias negras enfrentam barreiras sistêmicas e cruzadas que limitam sua construção de riqueza. Com iniciativas e políticas com maior probabilidade de impulsionar as famílias negras socioeconomicamente, o país teria mais de um trilhão de dólares para adquirir com tais esforços. O mesmo autor cita que, para encerrar o impacto econômico da diferença de riqueza racial, é importante identificar as

questões subjacentes que ajudam a perpetuar a diferença financeira dos negros americanos. De maneira a ajudar a decompor problemas que contribuem para diferença de riqueza, o autor descreve as barreiras econômicas que afetam as famílias negras nas seguintes dimensões: i) contexto comunitário – a coleção de bens públicos e privados em uma comunidade; ii) riqueza familiar – o valor líquido do conjunto de ativos financeiros e não financeiros que uma família possui; iii) renda familiar – o fluxo de caixa que uma família recebe oriunda da participação dos seus membros do mercado de trabalho ou de empreendedorismo; e iv) poupança da família – acesso à ferramenta ou a benefícios que uma família possui para transformar renda em poupança ou em riqueza para própria família ou comunidade.

A população negra tem baixo acesso à renda, apresentando os piores índices na distribuição de renda comparada com a população branca. Conforme IBGE (2019), quase 42% das pessoas que vivem abaixo das linhas de pobreza são negras. Como forma de geração de renda, essa população, em sua grande maioria, se utiliza do empreendedorismo. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), 70% dos microempreendedores individuais são negros (Sebrae, 2020).

Para Sena (2021), o empreendedorismo negro ou afroempreendedorismo é um importante mecanismo para a inclusão financeira de negros no Brasil. Derivado de atividades empreendedoras de pretos e pardos se promove o afroconsumo, movimento crescente que mobiliza associações e eventos, tais como: Feira Preta, Movimento *Black Money*, e o Afrobusiness. Caroline (2020), define afroconsumo como: “uma ação de cidadania carregada de simbologia política que visa o enfrentamento às lógicas do racismo”.

Em paralelo ao afroempreendedorismo, observa-se o *Black Money*, movimento iniciado nas comunidades negras dos EUA, que promovia a esta população o consumo de produtos e serviços produzidos por afrodescendentes e o desenvolvimento da consciência social, financeira e econômicaⁱⁱⁱ. Em concordância, os negros muitas vezes tiveram que procurar organizações de economia social dos setores empresariais sem nenhuma relação com o estado para atender às suas necessidades de subsistência (Hossei, 2018).

Neste contexto, visando o fortalecimento dos negócios liderados por afroempreendedores, o Mercado Livre, em parceria com a Feira Preta, desde 2018, possui um centro de aceleração (Afrolab) que tem como objetivo capacitar empreendedores negros em estratégias de vendas online e os incentiva na entrada do ecossistema de Mercado Livre. Um dos serviços que os empreendedores negros possuem acesso é o Mercado Pago, a fintech de pagamentos de tal grupo econômico (Mercado Livre, 2021). Conforme a empresa, a plataforma possui 51 milhões de usuários que consomem os seus serviços.

Para o Mercado Livre, com a simplificação proporcionada pela transformação digital, os produtos financeiros e as soluções de pagamentos foram pensadas para quem não tem uma conta bancária por não se adequar aos requisitos do sistema bancário tradicional^{iv}. Em concordância, Ferrarini (2021) pontua que as fintechs, enquanto instituições bancárias consolidadas, são empresas disruptivas e apontam para o potencial de reversão da exclusão financeira e para a crescente inserção das pessoas das classes sociais menos favorecidas no sistema financeiro, contribuindo com a qualidade de vida e cidadania.

Conforme Locomotiva (2020), a população negra brasileira consome anualmente R\$1,9 trilhão. Algumas aceleradoras, incubadoras e fintechs, conscientes deste potencial, promovem ações que visam o crescimento do afroempreendedorismo no Brasil (Sena, 2021) para que o dinheiro circule mais tempo nas mãos dos negros, gerando riqueza. Uma destas instituições é a Conta Black, o caso de estudo deste trabalho.

Neste sentido, ter acesso ao crédito é um fator importante na sobrevivência dos negócios. O Sebrae (2020) identificou que a maior proporção de recusas de empréstimos bancários está entre os empreendedores negros. Entre aqueles que tentaram uma liberação de crédito em 2020, 61% não conseguiram obter tal liberação, mesmo com o valor médio dos empréstimos solicitados pelos empreendedores negros ser 26% menor que os dos brancos (R\$28 mil contra R\$37 mil) (Sebrae, 2020).

Paixão (2017a, 2017b) afirma que a população negra brasileira, mais especificamente os empreendedores afrodescendentes, enfrentam barreiras significativamente maiores do que outros empreendedores no tocante ao acesso ao crédito. O autor cita a possível existência de mecanismos discriminatórios, tais como o estereótipo e o preconceito, para explicar a maior negação do crédito e juros maiores para empreendedores negros do que para os brancos. Todavia, é importante compreender as limitações do sistema financeiro econômico tradicional no que tange a gestão de recursos escassos e como este gerenciamento impacta diretamente na sociedade (Corrales, 2020).

Devido à falta de acesso ao crédito, a população negra é atraída a outros serviços financeiros alternativos, em sua grande maioria com taxas altas, sendo mais caros que os serviços ofertados pelos bancos tradicionais. Um deles é o cartão de crédito. Para Faber (2019), esta exclusão financeira sofrida pela comunidade negra nos EUA, os atraiem para “*alternative financial service*” (AFS). O autor declara que estas instituições se tornam ainda mais preocupantes pelo fato de serem tipicamente frequentadas por pessoas para quem o dinheiro perdido com taxas seria transformador. Indivíduos com baixa renda, níveis mais baixos de educação e minorias raciais são mais propensos a usar o AFS. O autor ainda cita que as altas taxas cobradas

pelos AFS são chamadas também de “imposto do gueto”, já que essas instituições são comuns em comunidades de negros de baixa renda e nos bairros de imigrantes.

Outro fator a ser observado é que a população negra possui o desafio da poupança^v. Nos últimos anos houve inserções financeiras, porém a grande maioria foi no sentido de consumo e quase nenhum incentivo com relação à poupança. Mesmo com o baixo acesso à renda (IBGE, 2019), os negros são responsáveis por quase R\$1,8 trilhão do consumo no mercado brasileiro (Locomotiva, 2021). Considerando que a população negra brasileira compõe mais de 50% da população total do país, é possível inferir que tal situação impacta prejudicialmente o desenvolvimento econômico brasileiro (Corrales, 2020).

Entretanto, a tecnologia tem ajudado a mudar este quadro. O setor financeiro vive um período de intensa transformação fundamentada num intenso processo de implementação de inovações tecnológicas que, claramente, irá influenciar o quadro de exclusão financeira (Cordeiro, 2019).

Nesta perspectiva, as tecnologias da informação e comunicação (TICs) são instrumentos importantes de inovação no setor financeiro e sua integração com as estratégias de inclusão social são necessárias para alcançar um maior desenvolvimento. (Diniz et al., 2012).

Com o desenvolvimento das telecomunicações no sistema financeiro, surgem as *fintechs* – combinação das palavras *financeira* (finanças) e *technology* (tecnologia) –, empresas que provêm serviços financeiros que se diferenciam pela tecnologia e pela internet, promovendo a democratização do acesso ao sistema financeiro de cidadãos ao redor do mundo e otimizando a inclusão financeira (McKinsey, 2016).

O aumento da quantidade de *fintechs* que ofertam produtos e serviços cada vez mais acessíveis e personalizados pode ser mais uma solução viável na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil. O BCB (2018b) tem citado o fenômeno das *fintechs* como uma solução de potencial disruptivo que caminha para as soluções financeiras de forma digital e afirma que o uso da tecnologia poderá contribuir para a melhor inclusão financeira dos cidadãos.

Noel et al. (2020) cita também que as novas tecnologias podem abordar as barreiras geográficas e de acessibilidade, exemplificando os bancos digitais que oferecem cada vez mais o acesso flexível a serviços bancários e de investimentos aos seus clientes. O autor ainda cita que esses serviços, ofertados pelos bancos digitais, podem ajudar a atender as necessidades dos negros americanos que têm acesso a um celular ou a internet e que são mal atendidos por instituições financeiras tradicionais.

Para Ozili (2018), as finanças digitais apontam quatro benefícios que possuem o potencial de elevar a inclusão financeira, aqui se incluindo a população negra: i) expansão de serviços básicos por meio da tecnologia celular; ii) fornecimento de serviços bancários acessíveis, convenientes e seguros para pessoas pobres em países em desenvolvimento; iii) incremento do crescimento do PIB ao prover acesso adequado a um espectro diverso de serviços financeiros a indivíduos e empresas, o que incrementaria os gastos agregados; e iv) promoção de maior estabilidade financeira.

De acordo com Silva (2020), é possível verificar que as fintechs são instrumentos efetivos para inclusão financeiras de jovens universitários de modo geral, como também de jovens pertencentes às classes excluídas por instituições financeiras tradicionais, como indivíduos de baixa renda e mulheres.

Como já mencionado, 69% dos desbancarizados no país são pretos e pardos (Locomotiva, 2019). Um dos possíveis fatores para esta exclusão é o custo de ter uma conta formal. Para Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar e Hess (2018), não possuir recursos suficientes e os custos de se ter uma conta formal (abertura, manutenção, operação etc.) podem fazer com que indivíduos que possuem renda muito baixa não vejam vantagem em possuir uma conta bancária. Logo verifica-se que os custos associados à abertura e à manutenção de uma conta bancária formal constituem uma barreira relevante à efetiva inclusão financeira no país. Os mesmos autores citam que os serviços financeiros digitais têm a potencialidade de superar as barreiras que impedem os grupos desfavorecidos de acessar serviços financeiros. A tecnologia digital pode aumentar a acessibilidade reduzindo o custo do acesso aos serviços financeiros.

A digitalização do relacionamento com o cliente e a transformação digital de outros processos podem reduzir os custos operacionais. As fintechs possuem estruturas enxutas, diferente das instituições financeiras tradicionais (Oliveira, 2018) e apresentam custos operacionais menores que as instituições financeiras tradicionais (Cordeiro, 2019). Por essa razão, os efeitos dessas *startups* no processo de inclusão financeira da população negra no Brasil podem apresentar resultados satisfatórios.

Em concordância, o BCB (2021) detalha que, com a chegada do vírus COVID-19, constatou-se a importância da digitalização dos serviços financeiros com a criação de contas digitais para pagamento do auxílio emergencial para alcançar populações excluídas ou precariamente atendidas durante o período de isolamento social. As finanças digitais podem ampliar a oferta de produtos e serviços com custos mais baixos, maior rapidez, comodidade e segurança (BCB, 2021).

Em seu estudo sobre a implantação de uma fintech de pagamentos nas favelas (ou comunidades) do Parque União, no Rio de Janeiro e de Heliópolis, em São Paulo, Oliveira (2018), evidencia importância da promoção da liberdade de escolha por parte dos usuários da utilização dos serviços da Cufa Card. A apresentação desse serviço possibilitou aos usuários que não se tornassem reféns das instituições financeiras tradicionais. O autor cita que as fintechs permitem aos usuários que tenham acesso aos serviços financeiros sem passar por constrangimentos sociais, adaptando os seus serviços às necessidades específicas dos seus clientes.

A redução dos números das agências bancárias no território nacional é um dos outros fatores a serem observados. Os fechamentos ocorrem, na sua maioria, em lugares mais distantes ou periféricos (BCB, 2021), normalmente habitados por pessoas de menor renda, geralmente pretos e pardos. A digitalização do relacionamento com estes clientes como um dos canais de diálogo com estes consumidores, normalmente utilizados pelas fintechs, poderia promover maior conhecimento desta população. Por esta razão, por meio da internet e telefonia celular, as fintechs provêm serviços independentemente de agências, atendendo às necessidades financeiras de comunidades isoladas (Cordeiro, 2019). Oliveira (2018), evidencia que as fintechs têm o potencial de possibilitar a inclusão financeira de moradores de favelas/comunidades.

Quanto ao acesso ao crédito, este tópico é permeado por assimetrias de informação que resultam em níveis de exclusão financeira mesmo em mercados em equilíbrio e em ambientes competitivos (Amidžić, Massara, & Mialou, 2017). Como já citado neste trabalho, os índices de não aprovação de crédito para negros são maiores que para não negros (Sebrae, 2020). As tecnologias algorítmicas cada vez mais presente em nossas vidas muitas vezes reforçam estereótipos e preconceitos, reproduzindo padrões sociais opressivos para determinados grupos populacionais, afetando os afrodescendentes (Benjamin, 2019).

Em contrapartida, a aplicação de *big data* e da inteligência artificial, por exemplo, são capazes de cumprir este papel e fazer com que os dados tenham mais valores do que eles costumavam ter (Gai, Qiu, & Sun, 2018). Este princípio, por exemplo, é aplicado pela Conta Black na busca de dados de consumo com o cruzamento de outros dados, por meio de interface com outras instituições fora do ecossistema financeiro, objetivando a construção de algoritmos sociais inclusivos para a população negra no acesso ao crédito (Corrales, 2020).

Dessa maneira, as fintechs são capazes de realizar análises mais elaboradas das informações disponíveis sobre os clientes e, por essa razão, tendem a obter com mais precisão os riscos de uma operação, tornando o mercado de serviços financeiros mais inclusivo (Cordeiro, 2019) para a população negra no Brasil. O autor cita que as fintechs, propiciadas pela tecnolo-

gia, têm a capacidade de atender clientes antes marginalizados pelo mercado bancário. A própria Conta Black, por exemplo, tem como um dos seus objetivos proporcionar aos empreendedores negros acesso ao crédito (Corrales, 2020). Desta forma, as fintechs podem ser capazes de atender às necessidades de nichos cujas características específicas não são atendidas facilmente pelos processos formais das instituições financeiras tradicionais (Cordeiro, 2019).

No mesmo sentido, Noel et al. (2020) afirma que as instituições financeiras poderiam explorar decisões de crédito inovadoras e inclusivas, adotando alternativas à pontuação de crédito convencional para que possam expandir o acesso ao crédito para clientes negros. O autor cita o exemplo da fintech Revolution Credit que combina *big data* com economia comportamental para prever a qualidade do crédito.

Com relação à educação financeira, como as estruturas das fintechs são mais colaborativas e as parcerias são um elemento indispensável para o desenvolvimento das empresas e das comunidades (Sanca, 2019), elas apresentam o potencial de levar à população negra cursos e conteúdos financeiros, de maneira digital e através de parcerias com instituições financeiras e educacionais, refletindo diretamente no desenvolvimento das capacidades para gerenciar bem seus recursos financeiros, como também para hábito de poupar. Como já citado, esta população tem sido penalizada, em especial a parcela mais pobre que não possui poupança para fazer frente aos reveses da vida (Araújo & Souza, 2012). Com a educação financeira é possível que se conceda a esta população o empoderamento de consumir serviços financeiros de maneira consciente.

Milanez (2018), em seu estudo sobre o Banco Maré, fintech que atua no Complexo da Maré, Rio de Janeiro, e tem como objetivo a bancarização e educação financeira da população de baixa renda, aponta que a *startup* financeira cumpre o papel de educador financeiro, para além das funções de utilização dos seus serviços em pagamentos de boletos e do uso de cartões de créditos. Conforme o autor, esta relação chega a alterar o comportamento financeiro dos clientes da fintech, graças a maior aprendizagem de conteúdo de educação financeira. Vale ressaltar que os negros brasileiros correspondem a quase 70% dos que vivem atualmente em extrema pobreza^{vi} e que esta população representa 67% dos habitantes das favelas brasileiras^{vii}.

As fintechs devem, portanto, prestar todas as informações sobre os produtos e serviços ofertados no mercado, frisando as características, os serviços, os riscos e os preços de maneira clara e precisa (Lima & Silveira, 2018), corroborando para a educação e proteção financeira dos seus clientes.

3 Metodologia

O presente estudo foi dividido em duas partes: i) a revisão teórica e ii) o estudo de caso único. O estudo tem caráter exploratório, utilizando-se da abordagem qualitativa como ferramenta para análise. Tal abordagem metodológica se deu devido aos temas serem recentes na literatura e ainda incipientes, não havendo variedade de estudos empíricos que abordem os temas de maneira relacionada. Quanto ao caráter exploratório, deve-se ao fato de a pesquisa utilizar principalmente técnicas de pesquisas qualitativas baseadas em entrevistas e observâncias, de forma que permita explorar um problema de maneira mais complexa (Selltiz, Wringhtsman, & Cook, 1987).

A primeira parte – revisão teórica da cidadania financeira e das fintechs – baseou este estudo e serviu como embasamento para o entendimento dos conceitos dos temas levantados e como eles podem se relacionar, também contribuindo na construção do questionário e do roteiro de entrevista e na análise de conteúdo.

Como estratégia de pesquisa, foram utilizados a *survey* eletrônica e entrevista semiestruturada como instrumentos na coleta de dados. Para Gil e Neto (2021), as *surveys* são instrumentos adequados para explorar fatos, crenças, sentimentos, opiniões e atitudes.

A importância das entrevistas na coleta de dados está intrinsicamente ligada à aprendizagem, ao nível de conhecimento, às motivações, às crenças, aos planos, às expectativas e às atitudes das pessoas. O entrevistador torna-se um captador das crenças, expressões e sentimentos dos entrevistados (Selltiz et al., 1987), em busca de coletar informações como fontes de pesquisa (Gil, 2010).

O universo de pesquisa incluiu um grupo de 411 clientes negros da Conta Black, fornecido pela própria empresa e localizados em diferentes estados do Brasil, a fim de explorar o uso dos serviços e produtos das *startups* financeiras por esta população e suas respectivas percepções quanto as fintechs como instrumentos capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, tendo como objetivo responder a pergunta de pesquisa: as fintechs, como instituições do sistema financeiro, podem ser instrumentos capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil?

Por tratar-se de temas emergentes, principalmente com o recorte étnico racial – ainda mais se tratando no contexto do Brasil – cabe citar a limitação biográfica, o que acarretou a concentração em alguns autores. Outro ponto a ser evidenciado como limitação do presente estudo foi a dificuldade da obtenção de dados financeiros dos negros no Brasil.

Optar pelo estudo de caso tem por objetivo observar as particularidades e complexidades de um caso único, considerando as circunstâncias em que está inserido (Stake, 1995). Para Yin (2015), a escolha do estudo de caso se dá pelo desejo de compreensão de fenômenos sociais complexos. Em concordância, para Mariotto et al. (2014), um estudo de caso único pode ter uma importante contribuição para o desenvolvimento da teoria, caso suas particularidades forem vistas como oportunidades para contribuir com ajustes adicionais em uma compreensão.

A escolha deste caso se dá por sua singularidade: trata-se de uma conta digital de pagamentos desenvolvida por uma fintech de protagonismo negro, em um país cuja maioria da população é negra. Mesmo com afrodescendentes representando a maior parte da população (54%), a sua participação no grupo do decil mais pobre é correspondente à 78%, segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD)^{viii}.

Vale ressaltar que a pesquisa visa identificar os efeitos das fintechs como instrumentos capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, utilizando-se de uma fintech de pagamentos, de modelo B2C, que oferta serviços financeiros ao cliente final (BCB, 2020b), como equipamento para obter o objetivo geral deste estudo. Tal razão se deu devido a este recente modelo de negócio ainda não possuir um conceito único e consensual (BCB, 2020b), porém as características dessas startups são a democratização, descentralização e desburocratização dos serviços financeiros (Rodrigues, 2021) e a utilização extrema de tecnologia (Oliveira, 2018).

Outro ponto que fortalece a escolha da Conta Black como estudo de caso único é que esta fintech tem a sua criação a partir da experiência da associação Afrobusiness^{ix}, uma instituição sem fins econômicos que objetiva criar mecanismos que promovam a integração entre empreendedores, intraempreendedores e profissionais liberais negros, fortalecendo o processo de inclusão social e econômica da população negra. Esta relação com os integrantes da associação trouxe à Conta Black mais detalhes sobre o comportamento de consumo e financeiro da população negra garantindo mais robustez à atuação da fintech em soluções financeiras à esta população, uma vez que o comportamento de consumo da população negra brasileira ainda possui a sua identidade, a sua cultura e o seu status, enquanto consumidora, estereotipados e invisibilizados (Mengue, 2020). Para o Sergio All, fundador da fintech, a Conta Black é uma comunidade financeira que se propõe em resolver o desafio da desbancarização e consequentemente da exclusão financeira^x. Sendo assim, entende-se que a Conta Black é um caso emblemático para se estudar como as fintechs podem potencializar a cidadania financeira dos negros no Brasil.

3.1 Coleta de dados

A coleta de dados para o estudo dos efeitos das fintechs na promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil foi realizada entre os meses de setembro e outubro de 2022 com um grupo de 411 clientes negros da Conta Black fornecido pela própria empresa. Vale ressaltar que a amostra foi escolhida de forma intencional, sendo não probabilística, portanto, não pode representar a população estudada e não é possível generalizar os resultados alcançados. A não representatividade é uma limitação do método estudado (Fontanella, Ricas, & Turato, 2008). Para os autores, a intencionalidade da amostra, em estudos qualitativos, se dá pela preocupação de que a amostra contenha e espelhe certas dimensões do contexto, em algumas delas em constante construção histórica.

Para a unidade de análise desta pesquisa, com uma abordagem exploratória, foram utilizados dois instrumentos: i) a *survey* eletrônica, constituída por 50 questões, sendo questões de múltipla escolha, de escala tipo Likert (discordo totalmente a concordo totalmente) e duas questões dissertativas; e ii) entrevistas semiestruturadas contendo 5 questões. O questionário completo, bem como o roteiro das entrevistas, está disponível nos Apêndices.

A *survey* eletrônica foi distribuída em 5 blocos. O primeiro bloco objetiva a identificação dos respondentes. Em busca de analisar o uso da Conta Black e de outras fintechs, no segundo bloco os respondentes foram questionados sobre os produtos e serviços utilizados como usuários de fintechs. No terceiro bloco, visando explorar o nível de cidadania financeira, foram perguntados sobre o grau de satisfação como clientes quanto aos serviços providos pelas fintechs, comparando-os aos serviços similares ofertados por instituições financeiras tradicionais. No quarto bloco, buscou-se identificar as percepções dos respondentes sobre como a Conta Black poderia auxiliar na cidadania financeira dos negros no Brasil e, à pedido da Conta Black, quais serviços poderiam ser incluídos no portfólio da empresa para aprimorar suas ofertas. Por fim, no último bloco perguntou-se sobre o perfil socioeconômico dos respondentes (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa [ABEP], 2022). Do primeiro ao quarto bloco foram utilizadas questões adaptadas do estudo de Silva (2020), classificando as questões do quarto bloco de acordo com as dimensões da cidadania financeira (inclusão financeira, educação financeira, proteção e participação do consumidor) (BCB, 2018a).

Optou-se pelo questionário como um dos instrumentos deste estudo por este se mostrar um instrumento cujos significados são constatados na eficiência de recrutamento de sujeitos em pesquisa e do poder de levantamento de dados iniciais (Souza & Santos, 2020). Como foram

utilizados o *RD Station* e a *Zap Cloud* para envio do questionário aos 411 clientes negros fornecidos pela Conta Black, foi possível obter um maior alcance dos sujeitos. Ao todo, responderam 53 pessoas. Através da utilização do questionário, buscou-se identificar, quanto ao uso das fintechs, quais fintechs os respondentes possuem relação, quais tipos de serviços são mais utilizados e a satisfação como clientes dos serviços e produtos ofertados pelas startups financeiras.

A aplicação do questionário eletrônico se deu por meio da plataforma *Quill Forms* (black.com/blck.form/wp-admin/admin.php?page=quillforms), fornecida pela Conta Black. Foi encaminhado um e-mail para o grupo de clientes direcionando-os para um link que remetia ao formulário eletrônico. Os envios dos e-mails foram realizados através da ferramenta *RD Station* (www.rdstation.com/). Como forma de transmitir mais segurança aos participantes da pesquisa, o link com o formulário foi publicado no site da empresa. Para maior engajamento, também se utilizou a plataforma *Zap Cloud* (<https://zapcloud.com.br/>) para disparos de mensagens com o link do formulário via WhatsApp aos participantes.

Buscando explorar os sentimentos dos respondentes sobre como as fintechs poderiam ser capazes de promover a cidadania financeira dos negros Brasil, foram elaboradas entrevistas semiestruturadas com 5 questões abordando a inclusão/exclusão financeira dos negros no Brasil e o papel das fintechs como instrumentos capazes de promover a cidadania financeira, abordando cada uma de suas dimensões (inclusão financeira, educação financeira, proteção e participação do consumidor). Nesta fase, participaram das entrevistas 5 respondentes.

Escolheu-se a entrevista semiestruturada pela sua capacidade de retratar as experiências vivenciadas pelos sujeitos da pesquisa, a partir de uma conversa estruturada por perguntas, as quais faziam referência ao objetivo da pesquisa apontando ao referencial teórico (Souza & Santos, 2020).

Os dados secundários da Conta Black, contribuindo para a triangulação dos pontos de vistas, conforme Stake (1995), foram obtidos a partir de materiais de apresentação, notícias em sites, artigos publicados, conteúdos publicitários e visitas à Conta Black.

3.2 Análise de dados

Neste estudo, o objetivo de pesquisa consiste em identificar os efeitos das fintechs como um instrumento de promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil, a partir do olhar de um grupo de clientes da Conta Black. Sendo assim, percebendo a configuração da abordagem qualitativa e sua articulação no universo da pesquisa científica, de tipos de pesquisas, instrumentos e técnicas de análise de dados e de como podem ser articulados (Souza & Santos, 2020),

optou-se neste estudo pela técnica de análise de dados: a análise de conteúdo defendida por Laurence Bardin.

Para Bardin (2011), a análise de conteúdo é compreendida como um conjunto de técnicas de “análise de comunicações, que visa a obtenção, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (podendo ser quantitativos ou não), que permitem a inferência de conhecimentos relativos de condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. Em concordância, Souza e Santos (2020, p. 5) afirmam que a técnica é um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que objetiva analisar diferentes aportes de conteúdo, sejam eles verbais ou não verbais, por meio de uma sistematização de métodos empregados numa análise de dados.

A técnica de análise de conteúdo defendida por Bardin (2011) consiste em três fases: i) pré-análise; ii) exploração do material, categorização ou codificação; e iii) tratamento dos resultados, inferências e interpretação.

Na primeira etapa, como organização, foi efetuada a leitura flutuante, as escolhas dos documentos, as reformulações de objetivos e a formulação de indicadores. A saber, tivemos como documentos para leitura flutuante: i) a *survey* eletrônica respondida pelos clientes negros da Conta Black; ii) as entrevistas realizadas com os sujeitos; e iii) o referencial teórico utilizado nesta presente pesquisa. A leitura flutuante destes materiais permitiu clarear a ordenação das ideias iniciais diante do objeto de pesquisa, as quais enalteceram as próximas fases, bem como a composição do texto de análise.

Dando continuidade, a análise de conteúdo preconiza também a exploração do material (segunda etapa), que tem como finalidade a categorização ou codificação da pesquisa enaltecendo o estudo aprofundado e orientado pelos referenciais teóricos (Mozzato & Grzybovski, 2011; Souza & Santos, 2020). Como estratégia, o processo de codificação foi definido a priori, utilizando as dimensões da cidadania financeira e o olhar do BCB sobre as fintechs quanto ao seu papel como instituição do sistema financeiro, conforme referencial teórico. Dentro da análise de conteúdo, as categorias podem ser criadas a priori ou a posteriori, (Bardin, 2011; Câmara, 2013; Souza & Santos, 2020).

Segundo o BCB (2018a), a promoção da cidadania financeira extrapola as competências do BCB, estendendo-se às organizações da sociedade civil, instituições de ensino e as entidades privadas. Dentre as instituições, estão as fintechs, empresas que introduzem inovações no sistema financeiro por meio do uso intenso de tecnologia (BCB, 2019). Baseado nisto, durante o agrupamento das dimensões, definiu-se as fintechs a partir de três instrumentos de promoção:

i) fintechs como instrumentos de promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil (Corrales, 2020; Demirgüç-Kunt et al. 2018; Milanez, 2018; Oliveira, 2018; Ozili, 2018; Silva, 2020);
ii) fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos negros no sistema financeiro brasileiro (Corrales, 2020; Lima & Silveira, 2018; Milanez, 2018); e iii) as fintechs como instrumentos de promoção do diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro (Cordeiro, 2019; Corrales, 2020).

Vale ressaltar que a dimensão da educação financeira tem efeitos diretos na proteção e participação do consumidor (Araújo & Souza, 2012, 2018; BM, 2012). Porém, para melhor análise, as dimensões educação financeira e proteção ao consumidor foram classificadas durante o agrupamento de maneira conjunta (fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e da proteção dos negros no sistema financeiro brasileiro) e a participação do consumidor de forma separada (fintechs como instrumentos de promoção do diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro).

A transcrição das entrevistas utilizou a plataforma *Reshape* (<https://www.reshape.com.br/>). A análise qualitativa foi realizada utilizando o software NVIVO, que serviu para realizar a codificação, a análise, o estabelecimento das categorias e o agrupamento.

É pertinente destacar que a codificação foi elencada pelo uso do instrumento entrevista. O questionário eletrônico foi utilizado com o intuito de identificar o perfil dos respondentes e o uso das fintechs por estes.

Seguindo a tônica, a etapa da análise utilizou o tratamento dos resultados, inferências e interpretação. Nesta fase, tem-se por finalidade a construção e captação dos conteúdos contidos em todo o material coletado por meio dos instrumentos, utilizando-se das inferências e interpretações (Fossá, 2003). Para isto, na discussão dos resultados, se fez uso da captação dos conteúdos coletados através i) da survey eletrônica; ii) das entrevistas; e iii) dos dados públicos obtidos da Conta Black.

4 Análise e Apresentação dos Dados e Resultados

4.1 Conta Black

A Conta Black é uma conta digital de pagamentos lançada em 2017, de protagonismo negro, que visa ser uma comunidade financeira, objetivando a promoção de serviços financeiros e de consumo em sua plataforma digital, gerando riqueza socioeconômica e intelectual para a população brasileira. Descrita pelos seus sócios como uma fintech de pagamentos que possui uma conta corrente embarcada, oferta serviços financeiros, tais como transferência (TED, Pix e boleto), pagamentos por meio de cartão pré-pago virtual bandeira Visa, consórcios, seguros e

integração com *e-commerces* e *marketplaces* (como, por exemplo, iFood, Netshoes, Ingresso.com, Uber e outros). A fintech tem o interesse de ofertar mais serviços – previdência, cartão de crédito, investimentos, entre outros –, porém com taxas acessíveis aos seus clientes, pois preocupa-se com a manutenção da inclusão financeira e a transparência, bem como seus efeitos na educação financeira e na proteção do consumidor. Esta estratégia se dá de acordo com o interesse que a fintech possui de ser um *hub* de serviços financeiros “que faça sentido para a vida das pessoas”, fomentando a criação e desenvolvimento de uma comunidade financeira (Corrales, 2020).

Localizada no centro de São Paulo, na região da Paulista – região que reúne muitas empresas do setor financeiro –, utiliza o *coworking* Google for Startups, Campus São Paulo, como sede da empresa. Tem como seus fundadores Sergio All e Fernanda Ribeiro, também criadores do Afrobusiness. A startup financeira foi a primeira conta digital fundada por empreendedores negros a ganhar escala entre as fintechs brasileiras^{xi}.

Como citado anteriormente, a associação Afrobusiness tem sua relevância na formação do capital social da Conta Black, contribuindo com as experiências e os conhecimentos adquiridos na criação de uma rede social e de negócios entre empreendedores negros visando a circulação de renda entre a rede (*Black Money*). A experiência foi tão bem aceita que os fundadores decidiram desenvolver uma plataforma digital própria para criação da fintech. Explica Fernanda Leôncio, uma das fundadoras da associação, que teve seu estatuto formalizado em novembro de 2015: “a Afrobusiness é uma associação sem fins econômicos que tem como o seu principal objetivo integrar profissionais negros, gerando negócios entre eles e promovendo o empoderamento econômico da nossa população. Nossa associação surgiu exatamente de um relacionamento comercial frutífero entre dois dos nossos fundadores, assim juntos decidimos que seria interessante replicar o modelo de sucesso entre outros”^{xii}.

A partir desse acúmulo de experiências por meio da Afrobusiness, identificou-se que muito dos empreendedores não eram bancarizados, configurando assim uma demanda repressada, tornando-se esse o motivo maior da criação da fintech. Além disso, com a necessidade de conectar os empreendedores em uma cadeia de produção maior como forma de garantir os empreendimentos, detectou-se que os prazos de pagamentos das grandes empresas – em média maior que 100 dias – poderiam afetar a sustentabilidade dos empreendedores. Assim, a Conta Black foi criada visando atender, a princípio, a demanda de bancarização e de fornecimento de crédito a fim de garantir sustentabilidade dos empreendimentos (Corrales, 2020), o que converge com o que Noel et al. (2020) afirma: a falta de acesso da população negra a serviços financeiros não é apenas um sintoma da disparidade de riqueza racial, mas também a causa.

Sem a capacidade de economizar, investir e se assegurar contra riscos de maneira acessível, muitas famílias negras lutam para transformar a renda que ganham em riqueza.

Fernanda Ribeiro, presidente da Afrobusiness, aponta para o fato que o sistema financeiro brasileiro não atende aos empreendedores liberais negros. E, menos ainda, quando se trata da população negra periférica – esta, frequentemente desbancarizada. “Muitos de nossos clientes sequer conseguiam passar pelo constrangimento da porta giratória e entrar num banco. Uma vez que entravam, finalmente, ouviam do gerente: *seu negócio nunca vai dar certo*. Ou seja: nada de crédito, nada de capital de giro”, diz Fernanda, que enfrenta os desafios de levar produtos e serviços a uma comunidade marcada pela exclusão^{xiii}.

Nessa relação entre a fintech e a Afrobusiness aflui a ideia de que as parcerias são um elemento indispensável para o desenvolvimento das empresas e das comunidades (Sanca, 2019), utilizando os dados compartilhados através de integrações tecnológicas das camadas de serviços e criando valor para o ecossistema na comercialização dos produtos e serviços.

Outro fator motivador para criação da startup financeira se dá pelas experiências pessoais de Sergio All, CEO da Conta Black. Ao buscar crédito no banco para sua agência de comunicação, teve o empréstimo negado, mesmo possuindo casa própria, carro e nome ilibado, ele ouviu do gerente do banco: “não posso emprestar para você”. Para Sergio, não estavam claros os critérios de avaliação e no decorrer da conversa ele se deu conta que o problema não estava no perfil de risco – ele vinculou a negativa do crédito com o fato de ser negro. Tal episódio o marcou e, após alguns anos, criou assim a Conta Black^{xiv}. Mesmo com o arcabouço de experiências adquiridas da relação com empreendedores negros e as experiências pessoais do CEO da startup, Sergio All afirma que os produtos e serviços da Conta Black são ofertados à toda população e pensados para serem simples no acesso e no uso^{xv} em concordância com o BCB (2015), que defende como a inclusão financeira plena o estado no qual a população tenha acesso e faça uso, de maneira simples, equilibrada e consciente, de serviços financeiros que tragam ganhos de bem-estar ao cidadão, de maneira conveniente e por preços acessíveis.

Em seu lançamento, em 2017, a Conta Black, visando o levantamento de dados e transações para desenvolvimento e aperfeiçoamento da solução, tinha como pretensão inicial atender a 100 correntistas, porém no dia de lançamento, de maneira orgânica, a iniciativa já possuía 400 contas. Em 2018, os sócios escolheram, de maneira estratégica, limitar em 1000 a quantidade de correntistas com o objetivo de estudar o comportamento dos clientes, ferramentas funcionais e testar as plataformas tecnológicas e possíveis mudanças de fornecedores (Corrales, 2020).

Em 2019, a *startup* já possuía 2000 clientes em todo o Brasil, sendo que 80% deles eram negros, o que não surpreendeu o Sergio: “o empreendedor negro tem crédito negado três vezes mais do que o branco com as mesmas condições aqui no Brasil, segundo o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento). Ou seja, temos uma parcela da população, em sua maioria negra, que não é atendida de forma digna, e a Conta Black se propõe a ajudar na resolução desse problema”.

A afirmação do CEO da startup se relaciona a questões subjetivas que levam ao possível racionamento de crédito por uma questão de estereótipo, conforme Paixão (2017a, 2017b). Devido à precariedade de acesso à instrumentos de créditos, esta população tende a utilizar outras maneiras de acesso ao dinheiro, sendo uma delas o cartão de crédito (Corrales, 2020).

Pensando nisso, um dos focos da Conta Black é o não endividamento, que, por meio de parcerias, oferta alguns serviços para elaboração de negócios, cursos de gestão e finanças que convergem para duas dimensões da cidadania financeira: a educação financeira e a proteção do consumidor.

Mesmo ainda não possuindo a oferta de crédito em seus serviços, a fintech já está em processo de desenvolvimento da solução. O objetivo é a captura de dados gerados do consumo dos clientes em busca da construção de *score* para rodar crédito (Corrales, 2020). Para isto, a Conta Black está inserindo em sua plataforma, além dos serviços financeiros, um *marketplace* de produtos e serviços variados, estimulando o consumo no ecossistema para o levantamento de dados para mais conhecimentos sobre as demandas dos clientes e dos empreendedores, principalmente os negros, que fazem parte da Conta Black. Para Fernanda: “entendemos que [há uma necessidade de não] só ofertar o crédito, mas também orientar o cliente para que esses recursos sejam utilizados de uma forma assertiva”^{xvi}.

Com foco na aceleração tecnológica e na utilização de inteligência artificial em sua plataforma, visando aprimorar a interface do aplicativo, a fintech buscou parceria com a Quintess, empresa especializada em transformação digital em negócios, por meio de inovação e tecnologia, que oferta ferramentas de *customer* e *user experience*, de *backbone* operacional, de automação, de conectividade e de tomada de decisões ágeis e precisas baseada em dados. Segundo Fernanda “[...] [o investimento foi pensado] para cada vez mais nos aproximarmos do consumidor. A personalização é uma forma de nos destacarmos no mercado, utilizando a tecnologia como nosso principal aliado”.

Para Sergio, a personalização é um diferencial estratégico: “tudo que estamos fazendo é com base nos feedbacks que recebemos do nosso público. Quando ouvimos [suas dores e

necessidades], conseguimos implementar soluções pensadas realmente na realidade dessas pessoas”.

Essa iniciativa da fintech tende a contribuir na construção do comportamento de consumo da população negra brasileira, que ainda possui a sua identidade, a sua cultura e o seu status, enquanto consumidora, estereotipados e invisibilizados (Mengue, 2020), convergindo para a participação do consumidor no desenvolvimento do sistema financeiro, uma das dimensões da cidadania financeira.

Além da Quintess, outra parceria desenvolvida em 2021 pela fintech foi com a Mastercard para emissão de cartões de físicos e digitais. Até então a Conta Black apenas possuía cartões digitais ofertados pela bandeira Visa. Com essa parceria, a empresa atende uma das exigências dos seus clientes, a necessidade de um cartão físico para *cash out* no mundo físico, proporcionando saque e compra em estabelecimentos físicos.

Atualmente a Conta Black possui aproximadamente 23 mil membros em sua comunidade financeira. Para Sergio, trata-se de um resultado ainda baixo se comparado ao potencial de clientes, mas para isso necessita de alto investimento. A grande novidade da fintech, porém, é a experiência, cita o CEO, que tem a expectativa de ver este modelo de negócio em nível mundial: “queremos ser o mais humano possível, e mostrar que isso gera consumo, inclusão e pode ser replicado em outros países”.

4.2 Perfil dos participantes

No que se refere aos respondentes do questionário eletrônico, 43% são do sexo feminino e 57% do sexo masculino. Quanto às regiões do Brasil, 75% dos participantes são do Sudeste, 11% do Nordeste, 7% do Centro-Oeste, 5% da região Sul e 2% da região Norte. Com relação à faixa etária, destaca-se uma presença maior entre 27 e 35 anos e entre 36 e 44 anos, ambas com 34%, seguidos pela faixa etária acima de 45 anos com 20% dos participantes e 11% entre 18 e 26 anos.

4.3 Uso de serviços das fintechs

4.3.1 Apresentação dos resultados – Survey eletrônica

Após análise dos dados, foi possível observar que 56% dos participantes utilizam a Conta Black há cerca de um ano, conforme a tabela 1. Dos respondentes, 54% utilizam serviços de até 3 fintechs (tabela 2). Na tabela 3, é possível verificar que 82% dos participantes usufruem de serviços de fintechs há mais de 1 ano, ou seja, antes de se tornarem clientes da Conta Black,

estes clientes já utilizavam serviços financeiros providos por fintechs, o que demonstra, para este grupo, que o consumo de serviços financeiros provenientes de fintechs é algo habitual.

Tabela 1

Há quanto tempo você utiliza os serviços da Conta Black?

<i>Há quanto tempo você utiliza os serviços da Conta Black?</i>	<i>Porcentagem</i>
Cerca de um ano	56%
Entre um ano e três anos	39%
Entre três e cinco anos	3%
Mais de 5 anos	2%

Tabela 2

Além da Conta Black com quantas fintechs (contas digitais) você possui relacionamento?

<i>Além da Conta Black com quantas Fintechs (contas digitais) você possui relacionamento?</i>	<i>Porcentagem</i>
Uma fintech	23%
Até três fintechs	54%
Mais de três fintechs	23%

Tabela 3

Há quanto tempo você utiliza serviços de fintechs?

<i>Há quanto tempo você utiliza serviços de fintechs?</i>	<i>Porcentagem</i>
Entre um ano e três anos	43%
Entre três e cinco anos	26%
Cerca de um ano	18%
Mais de 5 anos	13%

Objetivando analisar o uso das fintechs, buscou-se identificar com quais fintechs os usuários possuem relacionamento, a satisfação como clientes quanto ao uso dos produtos ofertados pelas fintechs e detectar os produtos e serviços mais utilizados.

Ao analisar os dados, observou-se que a maioria dos clientes consomem serviços da fintech Nubank (24%). Outras fintechs também se destacam, como a própria Conta Black (20%), o Banco Inter (11%) e o banco digital C6 Bank (10%). Na tabela 4, podemos observar as fintechs mais utilizadas pelos participantes.

Tabela 4
Qual(is) desta(s) fintechs você utiliza?

<i>Qual(is) desta(s) fintechs você utiliza?</i>	<i>Porcentagem</i>
Nubank	24%
Conta Black	20%
Banco Inter	11%
C6 Bank	10%
PicPay	8%
PagBank	6%
Banco Original	4%
PagSeguro	4%
Outros	4%
Neon	3%
Next	3%
Ebanx	2%

Segundo os dados, observou-se que 77% dos respondentes não possuem receio de abrir uma conta digital por não ser um banco tradicional. Um dos fatores que pode refletir na confiabilidade da utilização de serviços providos por fintechs é o tempo de usabilidade que estes clientes possuem como consumidores dos serviços destas *startups* financeiras. Como já citado, a maioria dos respondentes (82%), já utilizam serviços de fintechs há mais de 1 ano.

Outros fatores que podem estar atrelados ao não receio da utilização das fintechs são: o nível de clareza das informações que as fintechs disponibilizam em seus meios digitais em relação aos produtos e serviços (educação financeira) e o índice de confiança na proteção dos dados utilizados pelas fintechs, no que tange a segurança da informação (proteção do consumidor), apresentados na tabela 12.

Com estes resultados verificou-se que o não receio de utilização dos serviços das *startups* financeiras tem aderência com a perspectiva de que as finanças digitais podem prover serviços com mais segurança aos seus clientes (BCB, 2021). Porém, mesmo com o uso intenso de tecnologia por estas *startups*, observou-se que 23% dos participantes são receosos em abrir contas digitais, conforme a tabela 5.

Tabela 5
Você teve receio de abrir uma conta digital por não ser um banco tradicional?

<i>Você teve receio de abrir uma conta digital por não ser um banco tradicional?</i>	<i>Porcentagem</i>
Não	77%
Sim	23%

Aos buscar os fatores que influenciaram os participantes a escolherem os serviços das fintechs, identificou-se que 24% dos respondentes foram influenciados pelo custo dos serviços. Uma das barreiras que impacta na abertura de uma conta, principalmente para a população da

classe de baixa renda, é justamente a dos custos de abertura e de manutenção das contas bancárias (Demirgüç-Kunt et al., 2018). Os mesmos autores ainda citam que as fintechs, por utilizarem tecnologias digitais, tem a potencialidade de aumentar a acessibilidade, reduzindo os custos do acesso aos serviços financeiros. Desta forma, os resultados estão de acordo com a tese dos autores. Outra característica na escolha dos serviços se trata da facilidade da abertura de conta: 29% dos respondentes negros informaram que tal característica foi fator de influência para se tornarem clientes, apontando aderência com Oliveira (2018) sobre a capacidade das fintechs, por meio de tecnologia, de potencializarem a redução dos processos burocráticos. Contudo, para os participantes, o fator determinante para escolha dos serviços das fintechs é a possibilidade de ser 100% online. A praticidade da utilização por meio dos aplicativos *mobile* ou via web tem efeitos diretos na exclusão geográfica – uma vez que não há necessidade do cliente se deslocar até a agência mais próximas para consumo dos serviços –, como também na autoexclusão (Kempson & Whyley, 1999), quando o cidadão tem a crença de que suas necessidades não serão atendidas ou os serviços serão negados. Neste caso, se tratando da população negra, pode estar atrelado ao preconceito social ou à cor da pele.

Na tabela 7, identificou-se nos resultados que a indicação de amigos ou familiares se trata de um fator decisório para começar a utilizar os serviços das fintechs (31% dos respondentes), porém as características determinantes para os participantes estão atreladas à internet (40%) e às redes sociais (26%).

Tabela 6

Quais características das fintechs (contas digitais) te influenciaram a ser cliente?

<i>Quais características das fintechs (contas digitais) te influenciaram a ser cliente?</i>	<i>Porcentagem</i>
Ser 100% online	30%
Facilidade para a abertura da conta	29%
Custo	24%
Rapidez no atendimento	16%

Tabela 7

De que forma você começou a usar os serviços das fintechs (contas digitais)?

<i>De que forma você começou a usar os serviços das fintechs (contas digitais)?</i>	<i>Porcentagem</i>
Internet	40%
Indicação de amigos ou familiares	31%
Redes sociais	26%
Divulgação por canais de televisão	2%

Na tabela 8, evidenciou-se que os participantes, em sua grande maioria (80%), consomem mais serviços de fintechs comparados com os serviços de bancos tradicionais (20%). Outra característica identificada na análise dos dados foi sobre o consumo dos serviços das startups financeiras: entre os mais utilizados pelos respondentes estão o Pix (29%), acompanhado pelos serviços de conta corrente (27%) e o cartão de crédito (21%), conforme a tabela 9. O Pix, lançado em 2020 pelo BCB, surge com um grande potencial de alavancar a inclusão financeira digital, com o serviço de pagamento eletrônico disponível em todo o país. Conforme o BCB (2021), em poucos meses de implantação, o Pix demonstrou sua capacidade de mudança, principalmente pela sua utilização pelo público de baixa renda.

Comparado com os serviços mais utilizados, o empréstimo (7%) tem o seu consumo inferior aos demais serviços. Como já citado nessa pesquisa, Faber (2019) afirma que, nos EUA, devido à falta de acesso ao crédito pela população negra, eles são atraídos a outros serviços alternativos, em sua maioria com taxas mais altas, sendo um deles o cartão de crédito. Na tabela 10, é evidenciado que o consumo de cartão de crédito é muito maior do que a utilização de empréstimo neste grupo de respondentes. Quanto aos serviços utilizados nos aplicativos, observou-se uma maior diversificação de serviços, sendo os três mais determinantes: pagamento de boletos e faturas (23%), transferências bancárias (21%) e consulta de saldo (20%).

Tabela 8

Qual dos serviços você utiliza mais?

<i>Qual dos serviços você utiliza mais?</i>	<i>Porcentagem</i>
Fintechs	80%
Bancos tradicionais	20%

Tabela 9

Quais produtos e serviços das fintechs você mais utiliza?

<i>Quais produtos e serviços das fintechs você mais utiliza?</i>	<i>Porcentagem</i>
Pix	29%
Conta corrente	27%
Cartão de Crédito	21%
Transferências (TED/DOC)	8%
Empréstimos	7%
Conta poupança	6%
Seguros de vida	2%
Cartão Pré-Pago	1%

Tabela 10

Quais serviços você utiliza através do aplicativo?

<i>Quais serviços você utiliza através do aplicativo?</i>	<i>Porcentagem</i>
Pagamento de boletos e faturas	23%
Transferências Bancárias	21%
Consulta saldos	20%
Consulta extratos	18%
Aplicações e investimentos	15%
Outros	3%
Não utilizo	0%

Na tabela 11, observando-se a renda familiar mensal dos participantes, a utilização de fintechs se dá com a renda familiar acima de 2 salários mínimos, totalizando 94% dos participantes. Todavia, para participantes com a renda familiar até dois salários, a utilização de serviços oriundos de fintechs é menor.

Tabela 11

Somando sua renda e a de todas as pessoas que moram com você, qual seria a sua renda familiar mensal?

<i>Somando sua renda e a de todas as pessoas que moram com você, qual seria a sua renda familiar mensal?</i>	<i>Porcentagem</i>
De 2 a 4 salários mínimos	39%
Acima de 6 salários mínimos	34%
De 4 a 6 salários mínimos	21%
Até 2 salários mínimos	6%

Na tabela 12, visando identificar a percepção dos respondentes quanto às fintechs como instrumentos de promoção da cidadania financeira na dimensão da inclusão financeira, foi possível verificar que 69% dos respondentes migraram para serviços de fintechs por haver um descontentamento com os serviços financeiros providos pelos bancos tradicionais. No quesito “atendimento recebido pelos bancos tradicionais”, 59% discordam que estão satisfeitos com os serviços prestados pelos bancos tradicionais.

Como consumidores, a população negra possui o desafio da limitação ou a quase não existência de produtos e serviços que atendam às suas necessidades (Mengue, 2020). Porém, identificou-se de maneira expressiva que 90% dos respondentes concordam que os produtos e serviços que as fintechs ofertam atendem suas necessidades. Estes resultados corroboram com a proposição que as startups financeiras possuem um olhar mais centrado nas experiências dos clientes (FintechLab, 2016) e, devido ao extremo uso de tecnologia, tem o potencial de prover serviços de maneira adaptativa, atendendo as necessidades dos clientes (Oliveira, 2018), inclusive na flexibilização de serviços financeiros à população negra (Noel et al., 2020). A inclusão financeira acontece quando o cidadão tem acesso a serviços financeiros que se adequem às suas

necessidades (BCB, 2018b). Os mesmos autores (2021), no estudo sobre panorama geral da cidadania financeira da população brasileira, afirmam a necessidade de abordagens específicas, por recortes na população, para identificação de barreiras que limitam a cidadania financeira.

Observou-se que 79% dos participantes responderam que o atendimento das fintechs é rápido e que 70% possuem a percepção de se sentir incluído no sistema financeiro através dos serviços das fintechs. O BCB (2015) defende que a inclusão financeira plena se trata de três tópicos: i) acesso – disponibilização dos produtos e serviços; ii) uso – a profundidade de utilização dos produtos e serviços –; e iii) qualidade – relevância desses serviços na vida diária dos consumidores e a efetividade dos canais de atendimentos e de reclamação. Esses números evidenciam que as fintechs possuem o potencial de contribuir para que a população negra tenha a condição de acesso e faça uso, de maneira simples, equilibrada e consciente, de serviços financeiros que tragam ganhos de bem-estar (BCB, 2015). Constatou-se, no entanto, que 16% dos participantes ainda não se sentem incluídos no sistema financeiro por meio das fintechs.

Outro fator se refere ao acesso ao crédito. Para Paixão (2017a, 2017b), a população negra brasileira, mais especificamente os empreendedores afrodescendentes, enfrentam barreiras significativamente maiores do que outros empreendedores no tocante ao acesso ao crédito. Mesmo com os avanços das TICs, reduzindo os custos das transações e, a princípio, aumentando a capacidade de gerenciamento de risco, Gonzalez, Diniz e Cernev (2016), refletem que as inovações em sua maioria são canalizadas para ampliação de sortimentos de serviços para os clientes já existentes, sendo pouco impactada a população pobre. A limitação do próprio sistema financeiro tradicional, no que tange a mensuração e gerenciamento de risco pode ser uma barreira no processo de acesso ao crédito à maioria da população (Corrales, 2020). A falta de abordagem específica para essa população no setor financeiros impulsiona os cidadãos a consumirem serviços que não se enquadram com suas necessidades. Em um estudo nos EUA, foi identificado que, devido ao processo de racionamento de crédito, em 2015, apenas 17,3% das famílias brancas relataram utilizar soluções alternativas (serviços com taxas mais altas) para ter acesso ao crédito, 22,5% comparados às famílias asiáticas, 38,5% das famílias latinas e 42,2% das famílias negras (Faber, 2019; Federal Deposit Insurance Corporation [FDIC], 2016). Como já citado, o acesso ao crédito é permeado por assimetrias de informação que resultam em níveis de exclusão financeira mesmo em mercados em equilíbrio e em ambientes competitivos (Amidžić, Massara, & Mialou, 2017). Tais afirmações são evidenciadas com a observação de que 25% dos respondentes discordam que existem mais oportunidades de crédito nas fintechs. Os índices de não aprovação de crédito dos negros são maiores que não negros (Sebrae, 2020).

Por outro lado, observou-se que 41% dos participantes têm a percepção da existência de mais oportunidades de crédito para empréstimo e financiamento nos serviços financeiros providos por estas *startups*. Esse resultado vai ao encontro de que as *fintechs* podem ser capazes de atender às necessidades de nichos cujas características específicas não são atendidas facilmente pelos processos formais das instituições financeiras tradicionais (Cordeiro, 2019). Corrales (2020) pondera sobre a capacidade dessas *startups* financeiras de construir algoritmos sociais através de interface com outras instituições para o cruzamento de dados que mitiguem os efeitos da assimetria no processo de acesso ao crédito pela população negra, justamente como a tecnologia que vem sendo desenvolvida pela Conta Black (com algoritmos inclusivos para melhor análise de populações invisibilizadas no processo de acesso ao crédito) pretende atuar.

Por fim, no que tange as *fintechs* como promotoras de inclusão financeira para os negros no Brasil, identificou-se que, de maneira relevante, 67% dos participantes já se sentiram excluídos do sistema financeiro por preconceito social ou racismo. No estudo sobre algoritmos sociais inclusivos, Corrales (2020) afirma que a exclusão financeira dos negros no Brasil é consequência de processos de validações internas das instituições financeiras tradicionais que, além de outras lacunas, demonstram que os serviços aos quais essas pessoas pleiteiam não foram desenvolvidos para suas necessidades, tampouco considerando suas necessidades. As dinâmicas de poder, em sua maioria, são encobertas por dinâmicas sociais pautadas em uma lógica que esconde o racismo (Almeida, 2018), tais como caixa preta de informações, poder do banco e racismo no setor financeiro (Corrales, 2019).

Conforme números apresentados na Tabela 6, entre as características que influenciam na escolha dos serviços das *fintechs*, a opção 100% online é a que chama mais atenção para os respondentes, estando à frente das opções facilidade de abertura de conta, como também da opção de custo. Tais afirmações podem apontar uma correlação com o sentimento de exclusão no sistema financeiro oriundo de uma experiência de preconceito social ou racismo nas agências, gerando assim a autoexclusão (quando o próprio cidadão se exclui quanto ao acesso e uso dos serviços financeiros devido à crença que suas necessidades não serão atendidas ou negadas, ou até mesmo por falta de interesse) (Anderloni & Carluccio, 2007). Para Oliveira (2018), as *fintechs* permitem que os usuários tenham acesso aos serviços financeiros sem passar por constrangimentos sociais. Esses resultados demonstram o potencial que as *fintechs* possuem como instrumentos capazes de promover a inclusão financeira dos negros no Brasil.

Analisando os números, os respondentes possuem uma perspectiva positiva sobre as *fintechs* como instrumentos de promoção à educação financeira dos negros no Brasil. 82% concordam que os serviços destas empresas facilitam a gestão financeira, não havendo nenhuma

discordância dessa afirmação por parte dos participantes. 69% dos participantes concordam que as informações recebidas sobre aos produtos e serviços são claras. Milanez (2018) cita que as *startups* cumprem um papel como educador financeiro promovendo maior aprendizagem da educação financeira e os números identificados na pesquisa concordam com autor. No entanto, foi observado também que 13% dos respondentes discordam desta afirmação.

Outro resultado relacionado à educação financeira apontou que um número significativo de respondentes (82%) concorda que compreendem o funcionamento dos serviços providos pelas *fintechs*. A compreensão dos serviços permite aos clientes a condição da liberdade de escolha, concordando com a citação de Oliveira (2018) sobre a possibilidade de promoção da liberdade de escolha por parte dos usuários de *fintechs* em relação à utilização de serviços sem se tornarem reféns das instituições financeiras tradicionais.

No que tange a proteção do consumidor, observou-se que mesmo com os desafios quanto à segurança da informação nos meios digitais, a maioria dos participantes (82%) se sente segura em acessar seus serviços financeiros digitais, como também concordam que os sistemas de proteção aos dados são seguros (69%). Porém, é válido destacar que 15% dos respondentes possuem insegurança quanto aos sistemas de proteção dos dados utilizados pelas *fintechs*. Outro aspecto de suma relevância apontado pelos respondentes se trata dos espaços de soluções de conflitos disponibilizadas pelas *fintechs*: 54% validam que as *fintechs* que utilizam possuem ouvidorias para solução de problemas. Estes resultados apontam para a importância da segurança da informação (Lima & Silveira, 2018), como também para a necessidade de mecanismos para resolução de conflitos (BM, 2012; Lima & Silveira, 2018). No entanto, no aspecto das *fintechs* como instrumentos de promoção de proteção ao consumidor, 18% discordam que as *startups* financeiras que utilizam possuem serviços de ouvidoria.

No tocante à participação do consumidor no desenvolvimento do sistema financeiro, os respondentes se sentem seguros ao utilizar os canais digitais como meio de relacionamento com as *fintechs* (82%), apontando para uma tendência das *fintechs* como captadoras de informações que permitem melhor entendimento dessa população, convergindo para o desenvolvimento de um diálogo mais horizontal e colaborativo no sistema financeiro (BCB, 2018b).

Outro ponto observado apontou que 34% dos participantes concordam que são convidados pelas *fintechs* para participarem de pesquisas, ações e eventos, proporcionando diálogos entre os consumidores e *stakeholders*. Em contrapartida – mesmo com o potencial de captura de dados substanciais dessa população por meio de canais digitais que as *fintechs* possuem –,

35% dos respondentes discordam desta afirmação, apontando que, como instrumentos de promoção para uma melhor participação do consumidor negro no desenvolvimento do sistema financeiro, as fintechs precisam encontrar espaços para melhoria.

Tabela 12
Dimensões da cidadania financeira x Modo de Pensar

<i>Fintechs como instrumentos de promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil</i>	<i>Modo de pensar</i>	<i>Porcentagem</i>				
		Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Fintech como instrumento de promoção da inclusão financeira	Migrei para o uso de fintechs por estar descontente com os bancos tradicionais	7%	7%	16%	39%	31%
	As fintechs oferecem os produtos e serviços que atendem minhas necessidades	0%	5%	5%	59%	31%
	Estou satisfeito com o atendimento que recebo nos bancos tradicionais	21%	36%	25%	11%	7%
	Estou satisfeito com os produtos e serviços oferecidos pelas fintechs	0%	5%	13%	64%	18%
	O atendimento é rápido e eficiente nas fintechs que sou cliente	2%	3%	16%	61%	18%
	Me sinto incluído no sistema financeiro pelos serviços ofertados pelas fintechs	3%	13%	13%	57%	13%
	Acho mais vantajoso utilizar as fintechs à bancos tradicionais	3%	7%	11%	59%	20%
	Existem mais oportunidades de obter crédito para empréstimos e financiamentos junto às fintechs que utilizo	5%	20%	34%	28%	13%
Fintech como instrumento de promoção da educação financeira	Eu já me senti excluído do sistema financeiro por preconceito social ou por causa da cor da minha pele	8%	13%	11%	23%	44%
	As fintechs possuem serviços que facilitam a minha gestão financeira	0%	0%	18%	56%	26%
	As informações que recebo sobre produtos e serviços oferecidos pelas fintechs são claras	0%	13%	18%	49%	20%
	Compreendo o funcionamento dos serviços financeiros que eu tenho utilizado das fintechs	0%	8%	10%	61%	21%

Continua

Conclusão

Dimensões da cidadania financeira x Modo de Pensar

<i>Fintechs como instrumentos de promoção da cidadania financeira dos negros no Brasil</i>		<i>Modo de pensar</i>	<i>Porcentagem</i>			
			Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo
Fintech como instrumento de proteção ao consumidor	As informações sobre como utilizar os produtos e serviços das fintechs são claras nos meios digitais	0%	10%	11%	57%	21%
	Sinto que os sistemas de proteção utilizados pelas fintechs são seguros (senhas, biometrias etc.)	0%	15%	16%	54%	15%
	Me sinto seguro em acessar a minha conta por meio eletrônico (site, app etc.)	0%	8%	10%	69%	13%
	As Fintechs que utilizo possuem ouvidorias disponíveis para reclamação	5%	13%	28%	46%	8%
Fintech como instrumento de promoção de participação do consumidor	Sou convidado pelas fintechs que me relaciono para participar de pesquisas e eventos sobre o sistema financeiro	10%	25%	31%	34%	0%
	Me sinto seguro para utilizar os canais de atendimento digitais oferecidos pelas fintechs	3%	5%	10%	74%	8%

Observou-se, na Tabela 13, que, em sua maioria, 76% dos respondentes pertencem às classes A e B, mesmo com Conta Black ter em seu foco a inclusão e a educação financeira da classe baixa. Este fato pode estar relacionado com a origem dos clientes negros da Conta Black, empreendedores oriundos da associação Afrobusiness.

Tabela 13

Questionário socioeconômico CCEB

<i>Estrato socioeconômico</i>	<i>Porcentagem</i>
A	18%
B1	22%
B2	36%
C1	16%
C2	6%
DE	1%

4.4 Entrevistas**4.4.1 Apresentação dos resultados – entrevistas**

Buscando explorar os sentimentos dos respondentes sobre como as fintechs poderiam ser capazes de promover a cidadania financeira dos negros Brasil, nesta fase, participaram 5 respondentes.

Para não identificar as pessoas entrevistadas, conforme o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido de concessão da entrevista, utilizou-se a identificação *E* para nomenclatura dos entrevistados, seguido de um número para indicação da ordem das entrevistas. A segunda coluna indica a duração da entrevista, conforme Tabela 14.

Tabela 14

Relação dos entrevistados

<i>Entrevistados</i>	<i>Duração</i>
E1	00:39:02
E2	00:18:47
E3	00:20:09
E4	00:19:51
E5	00:16:55

Como técnica para análise de dados oriundos das entrevistas, escolheu-se a Análise de Conteúdo defendida por Laurence Bardin. Como estratégia, o processo de codificação e categorização foi definido a priori (Bardin, 2011; Câmara, 2013; Souza & Santos, 2020).

Em segundo momento, os códigos foram categorizados com base nas dimensões da cidadania financeira seguindo o referencial teórico, conforme a seguir:

- a) acesso, uso e qualidade: inclusão financeira;

- b) capacitação e gestão de recursos: educação financeira;
- c) informações claras sobre os produtos e serviços, segurança da informação e resolução de conflitos: proteção do consumidor e;
- d) canais de diálogo: participação do consumidor.

Tendo como base o olhar do BCB (2019) quanto às fintechs como instituições do sistema financeiro, as dimensões foram divididas em três agrupamentos:

- a) inclusão financeira: fintechs como instrumentos de promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil (Corrales, 2020; Demirgüç-Kunt et al., 2018; Milanez, 2018; Oliveira, 2018; Ozili, 2018; Silva, 2020);
- b) educação financeira e proteção do consumidor: fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos negros no sistema financeiro brasileiro (Corrales, 2020; Lima & Silveira, 2018; Milanez, 2018) e;
- c) participação do consumidor: fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro (Cordeiro, 2019; Corrales, 2020).

Tendo em vista que a dimensão da educação financeira possui efeitos diretamente na proteção e na participação do consumidor (Araújo & Souza, 2012, 2018; BM, 2012), para melhor exploração, optou-se por trabalhar de maneira conjunta as categorias da educação financeira e da proteção do consumidor no agrupamento “fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos negros no sistema financeiro brasileiro” e a dimensão participação do consumidor no agrupamento “fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro” (Cordeiro, 2019; Corrales, 2020).

4.4.2 Descrição dos resultados

4.4.2.1 Fintechs como instrumentos para inclusão financeira dos negros no Brasil

As fintechs têm potencial para promoção da inclusão financeira (Corrales, 2020; Demirgüç-Kunt et al., 2018; Milanez, 2018; Oliveira, 2018; Ozili, 2018; Rodrigues, 2021; Silva, 2020). A maioria dos entrevistados relatou a capacidade que *startups* financeiras possuem de serem agentes na promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil nos três aspectos: acesso, uso e qualidade (BCB, 2015, 2021).

A respeito do acesso, E3 destacou: “*eu acho que hoje uma fintech como a Conta Black, que é voltada para os negros, é uma forma de você se incluir*”. E5 mencionou: “*quando eu vejo, né, uma iniciativa, por exemplo, como a iniciativa da Conta Black, que além de ser uma*

conta voltada para o público negro, que é majoritariamente desbancarizado nesse país, que majoritariamente não tem acesso a um atendimento digno”. Em concordância, E4 citou: “eu acho que 100%, elas ajudam em muito, assim, porque é muito fácil abrir uma conta virtual, assim, tipo, hoje em dia, é muito prático”.

No que tange ao uso, E1 revelou: “quando você baixa o aplicativo e adentra esse espaço virtual e você começa a entender a dinâmica das relações financeiras pela palma da mão do seu celular através do seu celular então isso acaba facilitando alguns processos alguns contatos”. O E2 seguiu o mesmo pensamento: “ela vem melhorando, vem otimizando, resolve suas coisas num toque de celular, numa ligação, numa mensagem, se conversa e consegue resolver esse problema”. Da mesma forma E5 acha “que o fato de você conseguir ter um atendimento ali na palma da tua mão pelo celular sem necessariamente ter que passar pelo constrangimento de entrar num banco”.

No aspecto qualidade, E1 citou: “a iniciativa dela de olhar para a população preta, ela não está só olhando só para o negro... Então se essa movimentação subir um pouquinho, todo mundo vai subir”. Com o mesmo olhar, E4 revelou que “eles falavam que era uma conta que buscava essa função de ajudar o povo negro, empresários negros... Não tem aquela taxa de anuidade, né? E facilita bastante”.

Tabela 15

Síntese Fintechs como instrumentos para inclusão financeira dos negros no Brasil

<i>Entrevistados</i>	<i>Descrição</i>	<i>Literatura</i>	<i>Autores</i>
E1	“Eu acredito que à medida que as pessoas pretas tiverem um contato maior com as fintechs, entender o processo das fintechs, elas conseguirão ter, digamos assim, a capacidade de entender a dinâmica financeira.”	Corroborar	
E2	“A iniciativa dela de olhar para a população preta, ela não está só olhando só para o negro. A diferença que é o negro, o pardo... Então se essa movimentação subir um pouquinho, todo mundo vai subir.”	Corroborar	Corrales (2020); Demirgüç-Kunt et al. (2018); Milanez (2018); Oliveira (2018); Ozili (2018); Silva (2020).
E3	“Eu acho que hoje uma fintech, como a Conta Black, que é voltada para os negros, eu acho que é uma forma de você se incluir.”	Corroborar	
E4	“Eu acho que 100%, elas ajudam em muito, assim, porque é muito fácil abrir uma conta virtual, assim, tipo, hoje em dia, é muito prático.”	Corroborar	

Continua

E5	<p>“Quando você constrói um banco (fintech) pensado numa população, olhando pras dores e pra necessidade dela, você começa a remar contra uma maré, você começa a ir contra uma estrutura que ela tá ali fomentada, única e exclusivamente pra manter essas pessoas à margem... É muito diferente de fintech pra bancão, é que eles trabalham na metodologia de produto, né?”</p>	Corroborata
----	---	-------------

4.4.2.2 *Fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos consumidores negros no sistema financeiro brasileiro*

Para Corrales (2020), como suporte à educação financeira, a Conta Black busca a ressignificação da relação do seu público com o dinheiro, promovendo uma mudança contínua e sustentável ao uso de serviços financeiros. Em concordância, Milanez (2018), em seu estudo de caso sobre o Banco Maré, fintech direcionada para o público de baixa renda, evidencia que a *startup* financeira possui a qualidade de ensinar educação financeira aos seus consumidores e qual o impacto disso em suas vidas. Neste sentido, a educação financeira permeia todas as dimensões da cidadania financeira influenciando na qualidade de vida dos cidadãos.

Quanto às fintechs como agentes promotores de educação financeira, os entrevistados sugerem que elas possuem o potencial de auxiliar na capacitação da população negra e na gestão dos seus recursos financeiros, em concordância com Corrales (2020). Neste aspecto, o E5 citou: “*A Conta Black, além de tudo isso, ela vai promover a educação financeira desses usuários, né? Ela traz. Eu acho que ela devolve essa autoestima de você se enxergar na instituição financeira, mas ao mesmo tempo ela vai ali tentando educar financeiramente esses e essas usuários e usuárias*”. Da mesma forma, o E4 revelou: “*segundamente, eu abri também porque eu queria guardar um dinheiro, tal, eu pesquisei um pouco financeiramente por investimentos, assim, de pouco risco, CDB, essas coisas assim, pra guardar o meu dinheiro*”. Vale pontuar que a população negra no Brasil sofre os impactos da baixa inserção social. Com este olhar, E1 pontuou: “*a população preta é ela infelizmente sempre um grupo que carece é de entendimento sobre como funciona o sistema financeiro e principalmente na questão de investimento... Fintechs, elas, acredito que se elas produzirem mais materiais é informativos e via digital seja para clientes seja para um público mais amplo, né, no sentido de fazer uma propaganda, vídeos, eu acredito que é um caminho interessante a se fazer*”. Neste mesmo olhar, o E2 relatou que “*infelizmente a nossa população em geral é meio ignorante em questão da educação financeira... O que eles têm ali na visão deles, ali no curto prazo, né? ... Mais de conhecimento,*

uma contabilidade... Para ele colocar o dinheiro dele e falar: 'isso aqui é para você comprar os seus produtos'".

Devido ao extremo uso de tecnologia, as fintechs possuem a competência de integrar serviços diversos em sua plataforma (Sanca, 2019). Dentre eles, a capacidade de uso de *streamings* e cursos online para capacitação dos seus clientes quanto à utilização de serviços financeiros, potencializando resultados satisfatórios na gestão dos seus recursos, como também a capacidade de proteção contra serviços com valores abusivos, ou seja, a liberdade de escolha para utilização dos serviços financeiros de acordo com a sua necessidade (Oliveira, 2018). Nesta perspectiva, o E4 mencionou sua experiência na conta digital do Banco Inter: *"eles também têm uns pequenos cursos, assim, tipo, que eles fornecem pra você ... Porque eu, como negro assim, tipo, minha mãe sempre nos motivou, tipo, a guardar dinheiro, tal. Mas o nosso conhecimento para bastante, só na poupança... Eu acho que as contas, elas poderiam também pensar em criar pequenos cursos, pequenos cursos dentro da plataforma"*. Concordando com esta afirmação, o E5 revelou: *"porque tem pessoas hoje de muito mais idade que antes iam pro banco sentar na frente de um gerente e hoje elas conseguem pegar na palma da mão o celular e gerenciarem ali a vida financeira dela"*.

Quanto ao aspecto da proteção ao consumidor, além do potencial das fintechs de contribuir para a liberdade de escolha dos consumidores (Oliveira, 2018), outro fator importante trata-se de disponibilizar as informações de maneira digital das funcionalidades dos serviços. Os serviços digitais financeiros, a priori, são pensados para que os clientes possam consumi-los pela internet, por um desktop ou por celulares, de forma que os clientes consigam estar munidos das características dos serviços, minimizando a dependência do cliente por acompanhamento. Nessa ótica, o E2 citou: *"então hoje você não precisa nem falar com ninguém, você lê o contrato, é claro que o banco, a fintech, é obrigatória a colocar bem explícito, como juros, essas coisas que têm que falar que são letras miúdas"*. Por outro lado, por ser um produto digital, apresenta riscos de vazamentos de dados acarretando a utilização das informações dos clientes de maneira indevida ocasionando fraudes. Esta preocupação foi citada pelo E5: *"a gente tem visto muitos casos de pessoas que acabaram sendo roubadas, né? E tiveram seus dados vazados ali, suas contas... Seus dados vazados não, né?"*.

Na perspectiva da resolução de conflito, E3 citou ressalvas quanto ao processo de ouvidoria: *"ouvidorias para a gente estar falando, uma necessidade que a gente precisa, uma sugestão de melhoria"*.

Tabela 16

Síntese Fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos consumidores negros no sistema financeiro brasileiro

<i>Entrevistados</i>	<i>Descrição</i>	<i>Literatura</i>	<i>Autores</i>
E1	“A população preta é ela infelizmente sempre um grupo que carece é de entendimento sobre como funciona o sistema financeiro e principalmente na questão de investimento... Fintechs, acredito que se elas produzirem mais materiais e informativos e via digital. Seja para clientes, seja para um público mais amplo, né? No sentido de fazer uma propaganda, vídeos. Eu acredito que é um caminho interessante a se fazer.”	Corroborar	
E2	“Hoje se tiver a oportunidade de colocar um curso, exemplo, de educação financeira, como se fosse o básico, a pessoa faz, consegue fazer o orçamento dela no mês, das contas dela, das despesas dela, acho que isso aí incentivando as pessoas a consumir da melhor forma, não no desespero, não pegar o cartão de crédito e gastar sem necessidade e sim ter a consciência.”	Corroborar	Corrales (2020); Lima e Silveira (2018);
E3	“Tivesse um incentivo, além de oferecer os serviços, a educação financeira, como você faz para poupar?”	Corroborar	Milanez (2018).
E4	“Eles também têm uns pequenos cursos, assim, tipo, que eles fornecem pra você ... Porque eu, como negro assim, tipo, minha mãe sempre nos motivou, tipo, a guardar dinheiro, tal. Mas o nosso conhecimento para bastante, só na poupança... Eu acho que as contas, elas poderiam também pensar em criar pequenos cursos, pequenos cursos dentro da plataforma.”	Corroborar	
E5	“A Conta Black, além de tudo isso, ela vai promover a educação financeira desses usuários, né? Ela traz, eu acho que ela devolve essa autoestima de você se enxergar na instituição financeira, mas ao mesmo tempo ela vai ali tentando educar financeiramente esses e essas usuários e usuárias.”	Corroborar	

4.4.2.3 Fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro

Para Mengue (2020), o comportamento de consumo da população negra brasileira, ainda se mantém estereotipada e invisibilizada. Dessa forma, as fintechs podem ser capazes de atender às necessidades de nichos cujas características específicas não são atendidas facilmente pelos processos formais das instituições financeiras tradicionais (Cordeiro, 2019). Corrales (2020), em seu estudo sobre algoritmos sociais, faz menção sobre a capacidade de integração das fintechs com outros segmentos para captura de dados, como de consumo, para suprir o fenômeno

de assimetria dos grupos menos visibilizados, principalmente da população negra, no sistema financeiro. Ações como estas promovem o desenvolvimento de serviços customizados a partir do maior conhecimento das demandas financeiras específicas de grupos minorizados.

A maioria dos entrevistados concordou com a qualidade das fintechs como agentes na promoção de diálogos com os consumidores negros, objetivando o desenvolvimento do sistema financeiro, quando há foco na população negra. Para eles, quando uma fintech desenvolve um serviço atendendo às demandas da população negra, ela já está abrindo um canal de diálogo dessa população com o sistema financeiro. Seguindo esta linha de pensamento, E5 contou: “*eu tenho 31 anos, eu acho que pela primeira vez que eu me lembro de ter a minha existência enquanto cliente de banco sendo discutida, sabe? De ter a existência de pessoas negras sendo discutida. Então eu acho que a existência dessas fintechs, especialmente uma fintech que ela olha para o público negro, ela vai trazer à tona ali questões que antes não eram*”.

Tabela 17

Síntese Fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro

<i>Entrevistados</i>	<i>Descrição</i>	<i>Literatura</i>	<i>Autores</i>
E1	“Eu tenho observado, depois que surgiu os bancos digitais, né, os sistemas digitais através do celular e isso possibilitou uma maior discussão. Tenho percebido isso, uma maior discussão.”	Corrobora	
E2	“Hoje a grande maioria consegue ter um Instagram, um Facebook.”	Corrobora	
E3	“Eles podem criar canais, ouvidorias para a gente estar falando, uma necessidade que a gente precisa, uma sugestão de melhoria.”	Corrobora	
E4	“Foi esse fato de olhar pro negro, essa ideia de tentar ajudar o negro, abrir uma conta, fazer essas coisas, porque muitas vezes o negro não é visado, ele é sempre marginalizado em várias artes, em várias áreas.”	Corrobora	BCB (2012); Cordeiro (2019); Corrales, 2020.
E5	“Eu tenho 31 anos, eu acho que pela primeira vez que eu me lembro de ter a minha existência enquanto cliente de banco sendo discutida, sabe? De ter a existência de pessoas negras sendo discutida. Então eu acho que a existência dessas fintechs, especialmente uma fintech que ela olha para o público negro, ela vai trazer à tona ali questões que antes não eram.”	Corrobora	

4.4.2.4 Discussão dos resultados

Os resultados discutidos nesta seção baseiam-se na amostra estudada que foi escolhida de maneira intencional e não de forma probabilística. Sendo assim, não é possível generalizá-la. Para Fontanella et al. (2008), a não representatividade da amostra é uma limitação do método estudado. Em contrapartida, o autor afirma que nos estudos qualitativos com amostras intencionais, o que há de mais significativo não se encontra na quantidade final dos elementos, mas na forma como se concebe a representatividade desses elementos e na qualidade das informações obtidas por eles. Em concordância, esta presente pesquisa buscou identificar os efeitos das *fintechs* como mais um agente de promoção na cidadania dos negros no Brasil, a partir da perspectiva de um grupo de clientes negros de uma *startup* financeira de protagonismo negro chamada Conta Black.

De acordo com os resultados obtidos pela *survey* eletrônica, pelas entrevistas e pelas informações públicas da Conta Black, sugere-se que as *fintechs* têm o potencial de auxiliar a população negra brasileira no exercício dos seus direitos e deveres na gestão dos seus recursos financeiros, ou seja, a cidadania financeira, porém com ressalvas quanto às dimensões proteção e participação do consumidor.

As *fintechs* têm no seu objeto, por meio do uso intenso de tecnologia, as características da descentralização – pois os serviços financeiros estão concentrados nos bancos tradicionais – ; a democratização dos produtos e serviços – com a perspectiva de alcançar públicos invisíveis às instituições financeiras tradicionais – e a desburocratização do dinheiro dentro do espaço regulamentado – através da digitalização dos serviços (Rodrigues, 2021). Entretanto, quando olhamos para o cenário brasileiro, o país ainda possui o alto índice de pessoas excluídas do sistema financeiro: em sua maioria pessoas de baixa renda e, dentre elas, a população negra, representando 69% (Locomotiva, 2019).

Quanto a configuração financeira da população negra brasileira, o baixo índice de acesso aos serviços financeiros não é apenas um sintoma da disparidade de riqueza racial, é também uma causa (Noel et al., 2020). Conforme as evidências apontam, as *startups* financeiras, como atores do sistema financeiro, têm a qualidade de auxiliar as famílias negras à economizar, à investir e a se assegurarem contra riscos de maneira acessível, de forma que possam transformar as suas rendas em riqueza.

Respondendo à pergunta de pesquisa à luz da revisão teórica e considerando às dimensões da cidadania financeira, foram elencados três agrupamentos: i) *fintechs* como instrumentos de promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil; ii) *fintechs* como instrumentos de

promoção da educação financeira e proteção dos negros no Brasil e iii) fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro.

Vale ressaltar que a escolha de trabalhar as dimensões educação financeira e a proteção do consumidor em um único agrupamento se deu para uma melhor exploração e pela influência que a educação financeira possui no processo de proteção e participação do consumidor no sistema financeiro, conforme referencial teórico.

A identificação do primeiro agrupamento decorreu da análise dos códigos acesso, uso e qualidade (BCB, 2015; 2021) quanto dimensão da inclusão financeira que as fintechs desejam transformar. Foram percebidas com frequência nas descrições dos entrevistados, no que tange aos serviços prestados pelas instituições financeiras tradicionais, relatos de produtos com os custos não adequados às suas necessidades, negativas de crédito sem transparência no processo de tomada decisão durante a concessão de crédito (Paixão, 2017a, 2017b), racionamento de crédito (Paixão, 2017a, 2017b) e tratamento com preconceito racial percebido pelo entrevistado ao acessar uma agência bancária, fortalecendo o conceito do racismo estrutural levantado por Almeida (2018). Um dos entrevistados falou da capacidade nas fintechs de abrir contas de maneira digital e sem a necessidade de ir ao banco, evitando o constrangimento. Durante o questionário, observou-se que 69% dos respondentes já se sentiram excluídos do sistema financeiro por preconceito social ou por causa da cor da pele. Esses dados têm aderência com a construção do conceito que as fintechs permitem aos usuários o acesso a serviços financeiros sem passar por constrangimentos sociais (Oliveira, 2018), bem como reafirma a fala de Fernanda Ribeiro, presidente do Afrobusiness: “muitos de nossos clientes sequer conseguiam passar pelo constrangimento da porta giratória e entrar num banco. Uma vez que entravam, finalmente, ouviam do gerente: *seu negócio nunca vai dar certo*”.

No acesso ao crédito, conforme o Sebrae (2020), a maior taxa de recusa é direcionada à população negra, correspondendo à 61%. Paixão (2017a, 2017b) cita a possível existência de mecanismos discriminatórios, tais como estereótipos e o preconceito, para explicar uma maior negação dos créditos e os juros maiores aos empreendedores negros, tendo aderência com a experiência de negativa de crédito que Sergio All, CEO da Conta Black, vivenciou. No questionário, 41% dos participantes acreditam que existam mais oportunidade de obter crédito juntos às fintechs, apontando para o conceito que as *startups* financeiras possuem a capacidade de atender às necessidades de nichos cujas características específicas não são atendidas facilmente pelos processos formais das instituições financeiras tradicionais (Cordeiro, 2019). Aqui vale

ressaltar a limitação do sistema financeiro econômico tradicional no que tange a gestão de recursos escassos, impactando diretamente na sociedade e provocando um fenômeno chamado assimetria. Corrales (2020) pondera sobre a capacidade destas *startups* financeiras na construção de algoritmos sociais, através de interface e cruzamento de dados com outras instituições, mitigando os efeitos da assimetria no processo de acesso ao crédito pela população negra. O autor cita que a Conta Black está desenvolvendo um modelo de *score* para acesso ao crédito com informações não somente oriundas dos serviços financeiros. Mesmo com a capacidade tecnológica que as *fintechs* possuem, 25% dos respondentes discordaram que existem maiores oportunidades de acesso ao crédito nas *fintechs*.

Relacionando o uso com a desburocratização dos serviços financeiros promovidos pelas *fintechs*, principalmente no processo da digitalização dos serviços bancários, houve o aumento no índice de inclusão financeira (BCB, 2021). Observou-se nas entrevistas narrativas sobre a facilidade de abrir uma conta digital nas *fintechs* e sobre a possibilidade de gerenciar os seus recursos na palma da mão, sem a necessidade de deslocamento às agências e de passar por constrangimentos. Na *survey*, 82% dos participantes responderam que utilizam serviços de *fintechs* há mais de 1 ano, demonstrando que, para este grupo, o consumo de serviços digitais é algo habitual; e 77% dos respondentes se relacionam com mais de uma *fintech*. A partir destes números, identificou-se uma certa maturidade do grupo no que tange à utilização de serviços financeiros digitais. Aqui é válido citar que, entre os participantes, observou-se que apenas 23% possuem o perfil socioeconômico das classes C e D. Dos demais, 78% estão inseridos nas classes A e B, mesmo com a Conta Black tendo como seu objeto a inclusão e educação financeira da classe de baixa renda. Este fato pode estar relacionado com a origem dos clientes negros da *startup*, empreendedores oriundos do Afrobusiness.

Em relação à qualidade, quando olhamos para a população de baixa renda, em sua maioria negros, podemos considerar os custos dos serviços das *fintechs* como uma característica de qualidade, além do atendimento. Nas entrevistas, foi evidenciado a capacidade das *fintechs* de adaptarem seus serviços à realidade da população negra, corroborando com a ideia de que as *fintechs* tem em seu objeto o foco no cliente (*customer centric*), diferentemente das instituições financeiras tradicionais que são focadas no produto (*product centric*) (FintechLab, 2016). Durante o questionário, constatou-se que a maioria dos respondentes (90%) afirmou que as *fintechs* ofertam serviços e produtos que atendem as suas necessidades e 82% das respostas demonstraram satisfação quanto aos serviços providos. Tais resultados sugerem que as *fintechs*, como

instrumentos do sistema financeiro, têm a qualidade de promover a inclusão financeira (Corrales, 2020; Demirgüç-Kunt et al., 2018; Milanez, 2018; Oliveira, 2018; Ozili, 2018; Rodrigues, 2021; Silva, 2020) dos negros no Brasil.

No que tange o segundo agrupamento – fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira e proteção dos negros no Brasil –, a análise decorreu dos códigos: capacitação (BCB, 2018; Silva & Porto, 2006); gestão dos seus recursos (OCDE, 2013, p. 11; Gans et al., 2018, p. 96; Moraes, 2019); informações claras sobre os produtos e serviços (Campos & Silva, 2014; Lima & Silveira, 2018); segurança da informação (Lima & Silveira, 2018) e a resolução de conflitos (BM, 2012).

A educação financeira surge como resposta para orientar a tomada de decisões, informando sobre serviços financeiros ofertados, necessidades e desejos de consumo, poupança, financiamento e juros, investimentos e rendimentos (Gans et al., 2018, p. 96). A população negra possui o desafio da geração de riqueza. Apenas 35% desta população utiliza-se da poupança, comprometendo o fôlego financeiro diante dos revezes da vida (Ribeiro et al., 2020). Para Milanez (2018), em seu estudo de caso sobre o Banco Maré, fintech de pagamento que tem como foco a bancarização e a educação financeira da classe de baixa renda, evidencia-se o cumprimento do papel de educador financeiro pela startup financeira. Durante as entrevistas, notou-se nas descrições esta capacidade das fintechs de levarem novas formas de investimentos à população negra além da poupança, como também o desenvolvimento da liberdade de escolha quanto ao consumo dos serviços, de acordo com a visão de Oliveira (2018) e a ampliação do seu entendimento sobre a dinâmica financeira. Alguns entrevistados também trouxeram a aplicação que as fintechs possuem de integrar plataformas de educação virtual em seus ecossistemas. Um dos entrevistados citou o Banco Inter (conta digital) que disponibiliza uma plataforma de educação financeira aos seus clientes. Foi através dessa aplicação que o entrevistado começou a aprender a lidar com investimentos. Essas narrativas foram capturadas por meio da observação dos códigos de capacitação e de gestão de recursos. No questionário, 82% dos respondentes afirmaram que, de fato, as fintechs os auxiliam na gestão dos seus recursos e identificou-se que 82% dos participantes compreendem os serviços financeiros que consomem destas instituições, fortalecendo a visão de Milanez (2018) sobre as fintechs no papel de educadoras financeiras.

A educação financeira atua como suporte das dimensões da proteção e da participação do consumidor, fornecendo informações, orientações e instruções para melhor utilização dos serviços. Essa visão foi capturada em ambos os instrumentos de coleta a partir da análise do código “informações claras sobre os produtos e serviços”. Na entrevista, um dos entrevistados

citou a não necessidade de falar com alguém para obter mais informações sobre os serviços, uma vez que as fintechs têm a obrigatoriedade de colocar as informações de maneiras explícitas. Quanto ao questionário, 78% dos respondentes concordam que as informações sobre como utilizar os serviços das fintechs são claras nos meios digitais, e 69% concordam que as informações recebidas sobre os produtos e os serviços são claras. Esses números apresentam aderência na construção do conceito de que as informações devem ser simples e claras (BCB, 2018b).

Olhando para segurança da informação, parte dos participantes apontou ressalvas sobre a teoria das fintechs como instrumento de promoção à proteção dos consumidores (Lima & Silveira, 2018) negros no Brasil: capturou-se na fala de um dos entrevistados os problemas de vazamento de dados em fintechs. Durante o questionário, 15% dos participantes discordam que os sistemas de proteção utilizados pelas fintechs são seguros. Mesmo com esta discordância, 69% concordam com a confiabilidade dos sistemas de proteção de utilizado por estas instituições e 82% se sentem seguros em acessar suas contas por meio eletrônico (site, app etc.).

Outra ressalva foi observada durante a análise do código “resolução de conflitos”: para o BCB (2018b), as operadoras e reguladoras do sistema financeiro devem possuir ouvidorias e canais para atender o cidadão. Houve apenas uma narrativa capturada durante a entrevista – o entrevistado citou que as fintechs poderiam melhorar seus serviços de resolução de conflitos. No questionário, 18% dos respondentes discordaram que as fintechs que utilizam possuem ouvidorias para resolução de conflitos. Em contrapartida, 52% dos participantes responderam que concordam com a afirmação.

Por fim, através da análise do código “canais de diálogos”, buscou-se capturar dados sobre as fintechs como instrumentos de promoção do diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro. Na visão do BCB (2018b), o cidadão deve ter canais para participar de debates sobre o funcionamento do sistema financeiro de maneira que possa opinar nas decisões que impactam em seu bem-estar. Foi observado durante o questionário que 35% dos participantes discordam que são convidados pelas fintechs para participar de eventos ou seminários sobre o sistema financeiro. Por outro lado, um fator interessante foi observado durante a aplicação da entrevista: alguns entrevistados, em seus depoimentos, citaram o papel da Conta Black neste processo de participação. Há o entendimento que, quando uma fintech como a Conta Black tem o olhar para a população negra, que é majoritária entre os desbancarizados, essa população se sente representada, inserida e de certa forma participante da construção do sistema financeiro no Brasil.

5 Considerações Finais

Este projeto teve como objetivo identificar se as fintechs, com o uso intenso de tecnologia, possuem a qualidade de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, trazendo-as como potenciais soluções para que essa população seja capaz de usufruir do exercício do seu direito e dever de gerenciar bem os seus recursos, através da pergunta de pesquisa: “as fintechs, como instituições do sistema financeiro, podem ser instrumentos capazes de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil?”. Para isso, estudamos o caso da Conta Black, uma fintech de pagamentos de protagonismo negro, que visa ser uma comunidade financeira cujo objetivo é promover serviços financeiros e de consumo em sua plataforma digital, gerando riqueza socioeconômica e intelectual para a população brasileira.

A relevância deste estudo se deu pelo alto índice de exclusão financeira que o Brasil possui. Destas pessoas excluídas financeiramente, 69% são negras, mesmo considerando os efeitos das inovações no sistema financeiro, bem como o empenho do BCB para que todos os cidadãos possam exercer a cidadania financeira.

Como pressuposto, mediante às características da descentralização, da desburocratização e da democratização dos serviços financeiros que as startups financeiras possuem, trouxemos as fintechs como agentes de transformação na i) promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil; ii) na promoção da educação financeira e da proteção do consumidor negro no sistema financeiro do Brasil; e iii) na promoção da participação do consumidor negro no desenvolvimento do sistema financeiro. Estas categorias foram pensadas a partir do conceito de cidadania financeira construído pelo BCB, órgão regulador do sistema financeiro do Brasil.

Os resultados obtidos se deram por meio da aplicação de *survey* eletrônica e de entrevistas semiestruturadas realizadas com clientes negros fornecidos pela Conta Black. Nossos resultados trouxeram evidências que apontam que as fintechs, como instituições financeiras, possuem a capacidade de promover a cidadania financeira dos negros no Brasil, porém com ressalvas à atuação das fintechs como agentes de promoção em duas dimensões da cidadania financeira: proteção e participação do consumidor negro no sistema financeiro.

Em relação às fintechs como agentes de promoção da inclusão financeira dos negros, objetivando o acesso efetivo aos serviços financeiros, foram capturados durante a pesquisa dois importantes aspectos: o sentimento de preconceito social e racial durante atendimento em agências de instituições financeiras tradicionais (conforme depoimentos das entrevistas) e a negação ou racionamento de crédito sem transparência no processo. Os participantes possuem a percepção que, por meio das fintechs, com redução da burocracia para abrir suas contas digitais, de

maneiras simples e sendo 100% online, os negros podem ter acesso aos serviços financeiros sem passar por constrangimentos e que por meio dessas *startups* financeiras, há mais oportunidades de acesso ao crédito.

Considerando as *fintechs* como agentes de promoção da educação financeira e da proteção do consumidor negro no sistema financeiro, observou-se que, aos olhos dos participantes, elas possuem a qualidade de serem educadores financeiros, através da maior clareza das informações digitais quanto aos serviços financeiros ofertados, do acesso a outros tipos de investimentos e da disponibilização de cursos sobre educação financeira aos seus clientes, o que afeta diretamente na proteção do consumidor. Tratando-se da proteção do consumidor, ressalvas foram apontadas quanto ao processo de solução de conflitos, principalmente no quesito da existência de ouvidorias para resolução de conflitos.

Por fim, como agentes na promoção da participação dos clientes negros na construção do sistema financeiro, as *fintechs* geram ressalvas quanto à participação dos consumidores negros em seminários, eventos e pesquisas promovidas como forma de diálogo entre clientes e as instituições financeiras. Entretanto, alguns entrevistados relataram que se sentem representados e incluídos no sistema financeiro quando uma empresa como a Conta Black olha para a população negra. De certa forma, abre-se um canal de contato com o sistema financeiro, promovendo o seu desenvolvimento.

Sobre contribuições deste presente trabalho, tivemos a possibilidade de levantar detalhes do desafio da cidadania financeira dos negros no Brasil a partir do olhar deste grupo como consumidores no sistema financeiro. Haja vista que o comportamento da população negra como consumidora ainda possui a sua identidade estereotipada e invisibilizada.

A observação da capacidade tecnológica que estas plataformas digitais possuem de integrarem informações de outros segmentos no sistema financeiro, criando algoritmos sociais que facilitem o acesso à serviços, neutralizando a exclusão financeira de grupos invisibilizados, também foi outro ponto importante trazido pelo desenvolvimento da pesquisa.

Temos também uma contribuição para a prática: ao estudar a relação das *fintechs* e a cidadania dos negros no Brasil, um tema ainda incipiente na literatura, surge a possibilidade da geração e desenvolvimento de ideias e *insights* às academias, às empresas privadas, às empresas sociais, às instituições do terceiro setor e aos órgãos públicos, sobre como é possível promover a cidadania financeira da maioria da população brasileira a partir do uso de contas digitais para ampliação do acesso a serviços financeiros.

Sobre as limitações encontradas durante a pesquisa, vale citar a limitação bibliográfica – por ser um tema relativamente novo, ainda mais no que tange ao contexto brasileiro – cujas

referências se concentraram em alguns autores brasileiros. Outra limitação se deu por não se encontrar informações financeiras ou índices da cidadania financeira com recorte de cor e raça. No relatório da cidadania financeira de 2021, foi estudado o índice de cidadania de três grupos: jovens, idosos e empreendedores, porém não há detalhes quanto à cor e à raça, o que pode ser uma sugestão de estudos futuros quanto ao tema. E, por fim, a limitação pela não representatividade da amostra. A amostra estudada foi escolhida de maneira intencional e de forma não probabilística, sendo assim, não é possível generalizá-la.

Estudos futuros, ao pesquisar sobre cidadania financeira, podem envolver outros atores do sistema financeiro, tais como: instituições financeiras tradicionais, correspondentes bancários, bandeiras de cartões e aquisições objetivando o acesso à mais informações financeiras sobre o público a ser estudado. Além disto, recomenda-se a utilização da mesma abordagem analítica em casos de estudos que desejem identificar a cidadania financeira de determinados grupos sociais, como também em estudos de casos múltiplos sobre a cidadania financeira dos negros no Brasil, aumentando a representatividade da amostra.

Referências

- Almeida, S. (2018). *O que é racismo estrutural*. Belo Horizonte: Letramento.
- Amidžić, G., Massara, A., & Mialou, A. (2014). Assessing countries' financial inclusion standing: A new composite index. *IMF Working Papers*, 14(36), 1. <https://doi.org/10.5089/9781475569681.001>
- Anderloni, L., & Carluccio, E. M. (2007). Access to Bank Accounts and Payment Services. *New Frontiers in Banking Services*, 5-105. https://doi.org/10.1007/978-3-540-46498-3_2
- Araujo, F. A. L., & Souza, M. A. P. (2012). Educação financeira para um Brasil sustentável: Evidências da necessidade de atuação do Banco Central do Brasil em educação financeira para o cumprimento de sua missão. *Trabalhos para discussão*, 1(280). Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/pec/wps/port/TD280.pdf>
- Artemisia (2018). *Tese de impacto social em inclusão financeira*. Recuperado de https://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2019/03/Tese-de-Impacto-Social-em-Servi%C3%A7os-Financeiros_Artemisia_ANDE.pdf
- Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. (2022). *Critério de classificação econômica Brasil*. Recuperado de file:///C:/Users/dasousa/Downloads/08_cceb_2003_em_vigor_em_2003_base_lse_2000.pdf
- Banco Central do Brasil (2015). *Relatório de inclusão financeira (RIF)*. Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/Nor/reincfin/RIF2015.pdf>

- Banco Central do Brasil (2018a). *O que é cidadania financeira?* Definição, papel dos atores e possíveis ações. Recuperado de https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Informacoes_gerais/conceito_cidadania_financeira.pdf
- Banco Central do Brasil (2018b). *Relatório de cidadania financeira*. Recuperado de https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/RIF/Relatorio%20Cidadania%20Financeira_BCB_16jan_2019.pdf
- Banco Central do Brasil (2019). *Fintechs*. Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/estabilidade-financeira/fintechs>
- Banco Central do Brasil (2020a). *Fintechs de crédito e bancos digitais*. Recuperado de https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE089_Fintechs_de_credito_e_bancos_digitais.pdf
- Banco Central do Brasil (2020b). *Relatório de economia bancária*. Recuperado de <https://www.bcb.gov.br/publicacoes/relatorioeconomiabancaria>
- Banco Central do Brasil (2021). *Relatório de cidadania financeira*. Recuperado de https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/RIF/Relatorio_de_Cidadania_Financeira_2021.pdf
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barreiros, W. S. (2020). *Inclusão Financeira no Brasil: um estudo exploratório sobre o crédito para microempresas* (Dissertação de mestrado). Fundação Getúlio Vargas – FGV, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace;handle/handle/10438/30537>
- Benjamin, R. (2019). *Race after technology: Abolitionist tools for the new Jim code*. New York: Polity Press.
- Berry, C., & Serra, V. (2012). *Financial citizenship: Rethinking the state's role in enabling individuals to save*. Londres: The International Longevity Centre. Retrieved from https://www.academia.edu/7085452/Financial_citizenship_rethinking_the_state_s_role_in_enabling_individuals_to_save
- Banco Mundial (2012). *Good practices for financial consumer protection*. Recuperado de https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/26861/701570WP0P1226_0REWRITE0THE0ABSTRACT.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Base Nacional Comum Curricular (2018). *Temas contemporâneos e Transversais na BNCC*. Recuperado de http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/implementacao/contextualizacao_temas_contemporaneos.pdf
- Câmara, R. H. (2013). Análise de conteúdo: Da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, 6(2), 179-191. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>

- Campos, M. B. (2020). *Efeitos do racismo no desenvolvimento econômico brasileiro* (Dissertação de mestrado). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/4345>
- Campos, M. B., & Silva, A. M. (2014). A produção de significados de estudantes do ensino fundamental para tarefas de educação financeira. *Perspectivas da Educação Matemática*, 7(14), 283-298. Recuperado de <https://periodicos.ufms.br/index.php/pedmat/article/view/885/564>
- Caroline, J. (2020). Genocídio e invisibilidades: Apontamentos socioculturais da população negra a partir da análise do documentário ‘O caso do homem errado’ (2018). *Revista DOC Online*, 0(28), 64-67. <http://www.doc.ubi.pt/ojs/index.php/doc/article/view/771>
- Chauvet, L., & Jacolin, L. (2017). Financial Inclusion, Bank Concentration, and Firm Performance. *World Development*, 97, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.03.018>
- Comparato, F. K. (1993). A nova cidadania. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, 28(29), 85-106. <https://doi.org/10.1590/s0102-64451993000100005>
- Cordeiro, J. P. V. (2019). *Fintechs e inclusão financeira no Brasil: Uma abordagem delphi* (Dissertação de mestrado). Fundação Getúlio Vargas – FGV, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28667>
- Corrales, B. R. (2020). *Algoritmos sociais inclusivos: O caso da Conta Black* (Dissertação de mestrado). Fundação Getúlio Vargas – FGV, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/29103>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L. (2013). *Measuring financial inclusion: The global finindex database*. Retrieved from <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/1813-9450-6025>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Allen, F., & Martinez Peria, M. S. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, 27, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The global finindex database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution*. *World Bank Economic Review*, 34(Supl.), S2 – S8.
- Diniz, E., Birochi, R., & Pozzebon, M. (2012). Triggers and barriers to financial inclusion: The use of ICT-based branchless banking in an Amazon county. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(5), 484-494. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2011.07.006>
- Elsayed, A. (2020). The interrelationship between financial inclusion, financial stability, financial integrity and consumer protection (I-SIP Theory). *SSRN Electronic Journal*. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3745874
- Estratégia Nacional de Educação Financeira (2011). *Quem somos*. Recuperado de <https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>
- Faber, J. W. (2019). Segregation and the cost of money: Race, poverty, and the prevalence of alternative financial institutions. *Social Forces*, 98(2), 819-848. Recuperado de <https://academic.oup.com/sf/article-abstract/98/2/819/5306349?redirectedFrom=fulltext>

- Federal Deposit Insurance Corporation (2017). *2016 Annual Report*. Recuperado de https://www.fdic.gov/about/financial-reports/report/2016annualreport/index_pdf.html
- Ferrarini, L. (2021). Inclusão financeira em tempos de fintech. *Percurso*, 3(40), 66-70. Recuperado de <https://doi.org/10.21902/RevPercurso.2316-7521.v3i41.5532>
- Financial Stability Board (2017). *Financial stability implications from fintech: supervisory and regulatory issues that merit authorities' Attention*. Recuperado de <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/R270617.pdf>
- FintechLab (2016). *Report fintechLab 2016*. Recuperado de http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report_FintechLab_2016_alta.pdf
- FintechLab (2017). *Report Fintechlab 2017*. Recuperado de http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report_FintechLab_2017.pdf
- Florant, A.; Wright, J.; Julien, JP.; Stewart III, S., & Yancy, N. (2020). *The case for accelerating financial inclusion in black communities*. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Public%20and%20Social%20Sector/Our%20Insights/The%20case%20for%20accelerating%20financial%20inclusion%20in%20black%20communities/McK-The-case-for-accelerating-financial-inclusion.pdf?shouldIndex=false>
- Fontanella, B. J. B., Ricas, J., & Turato, E. R. (2008). Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: Contribuições teóricas. *Cadernos de Saúde Pública*, 24(1), 170-27. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/csp/a/Zbfsr8DcW5YNWVkyMVBByhrN/?lang=pt>
- Fossá, M. I. T. (2003). Preposição de um constructo para análise da cultura de devoção nas empresas familiares e visionárias (Tese de doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS, Brasil. Recuperado de <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/2232>
- Furtado, C. (2009). *Desenvolvimento e subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: Centro Celso Furtado/Contraponto.
- Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262-273. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1084804517303247?via%3Dihub>
- Gans, E. B. S., Oliveira, L. T. V. de, Gans, J. R. M., Moreira, P. da R., & Filho, A. D. (2016). A importância da educação financeira para a estabilidade econômica e independência financeira de pessoas de baixa renda. *Revista Da FAE*, 1, 93-102. <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/407>
- Gil, A. C. (2010). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6a ed.). São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C., & Reis, A. C. Neto. (2021). Survey de experiência como pesquisa qualitativa básica em administração. *Revista de Ciências da Administração*, 22(56), 125-137. Recuperado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/74026>

- Global Partnership for Financial Inclusion. (s.d.). *GPMI Terms of Reference – 2020*. Retrieved from <https://www.gpmi.org/sites/gpmi/files/sites/default/files/GPMI%20Terms%20of%20Reference%20-%202020.pdf>
- Gonzalez, L., Deak, M. A., & Prado, M. (2018). Inclusão financeira. In: Gonzalez, L., Prado, M de A., Deak M. (Org.), *O Brasil mudou mais do que você pensa: um novo olhar sobre as transformações nas classes CDE*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Gonzalez, L., Diniz, E., & Cernev, A. K. (2016). Inclusão financeira e o desafio das fintech. In: Dodl, A.; Troster, R. (Org.). *Sistema financeiro: O que fazer?*. Rio de Janeiro: Elsevier, pp.157-168.
- Hossei, C. S. (2018). The black social economy in the Americas: Exploring diverse community-based markets. Londres: Palgrave Macmillan. Recuperado de <https://link.springer.com/book/10.1057/978-1-137-60047-9>
- Hurtado, A. P. G., & Freitas, C. C. G. (2020). A importância da educação financeira na educação de jovens e adultos. *Revista de Educação Popular*, 19(3), 56-76. <https://doi.org/10.14393/rep-2020-52731>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019). *Desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil*. Recuperado de https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf
- Instituto Locomotiva (2019). *Os brasileiros e o dinheiro em espécie*. Recuperado de <https://static.poder360.com.br/2019/10/Os-brasileiros-e-o-dinheiro-em-especie-Imprensa-Outubro-de-2019.pdf>
- Instituto Locomotiva (2020). *As faces do racismo*. Recuperado de <https://ilocomotiva.com.br/wp-content/uploads/2022/01/as-faces-do-racismo-2020.pdf>
- Instituto Locomotiva (2021). *Racismo no Brasil: Uma contribuição do Instituto Locomotiva e do Carrefour Brasil para a luta contra o racismo*. Recuperado de <https://naovamosesquecer.com.br/downloads/pesquisa-racismo-brasil.pdf>
- International Financial Consumer Protection Organisation (2016). *Report on sales incentives and responsible lending: A study of the impact of sales incentives on the sale of credit products*. Recuperado de http://www.finconet.org/Report_Sales_Incentives%20_Responsible_Lending.pdf
- Kempson, E., & Whiley, C. (1999). *Kept out or opted out? Understanding and combating financial exclusion*. Bristol: The Policy Press. Retrieved from <https://www.bristol.ac.uk/geography/research/pfrc/themes/finexc/kept-out-opted-out.html>
- Leyshon, A., & Thrift, N. (1995). Geographies of financial exclusion: Financial abandonment in Britain and the United States. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 20(3), 312. Recuperado de https://onlinelibrary.wiley.com/pb-assets/assets/14755661/A_Leyshon.pdf
- Lima, R. P., & Silveira, D. B. (2018). Fintech e o direito do consumidor. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias*, 4(1), 109. Recuperado de <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/4350>

- Mariotto, F. L., Zanni, P. P., & Moraes, G. H. S. M. de. (2014). Para que serve um estudo de caso único na pesquisa de gestão? *RAE – Revista de Administração de Empresas*, 54(4), 358–369. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/28862>
- McKinsey & Company (2016). *Digital finance for all: Powering inclusive growth in emerging economies*. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/employment%20and%20growth/how%20digital%20finance%20could%20boost%20growth%20in%20emerging%20economies/mg-digital-finance-for-all-full-report-september-2016.ashx>
- Mengue, N. S. (2020). Comportamento do consumidor negro: A influência da cultura e da identidade na escolha de marcas, produtos e serviços (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS, Brasil. Recuperado de <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/225459>
- Mercado Livre (2021). *Relatório de impacto*. Recuperado de https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Meli_2021_POR_6cde283fb8.pdf
- Milanez, J. M. P. G. (2018). Bancarização e Educação Financeira na Base da Pirâmide: O Caso do Banco Maré (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado de https://www.coppead.ufrj.br/wp-content/uploads/2021/06/Joao_Milanez.pdf
- Moraes, F.A. (2019). *Educação financeira: Curso de capacitação na formação docente inicial* (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual do Norte do Paraná – UENP, Cornélio Procópio, PR, Brasil. Recuperado de <https://uenp.edu.br/mestrado-ensino-dissertacoes/ppgen-dissertacoes-turma2/12645-flavia-aparecida-de-moraes/file>
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: Potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747. Recuperado de <http://www.spell.org.br/documentos/buscardedicao/periodico/revista-de-administracao-contemporanea/idedicao/217>
- Noel, N.; Wright, J.; Pinder, D., & Stewart III. (2019). *The economic impact of closing the racial wealth gap*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/the-economic-impact-of-closing-the-racial-wealth-gap>
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. Recuperado de <https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (2011). *G20 high-level principles on financial consumer protection*. Recuperado de <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-markets/48892010.pdf>
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (2013). *Promoting financial inclusion through financial education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice*. Recuperado de https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/promoting-financial-inclusion-through-financial-education_5k3xz6m88smp-en
- Oliveira, D. S. C. (2018). *Fintechs e inclusão financeira: O caso da implementação de uma plataforma digital de pagamentos em favelas do Rio de Janeiro e São Paulo* (Dissertação

- de mestrado). Fundação Getúlio Vargas – FGV, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/23940?locale-attribute=en>
- Oliveira, F. L. de. (2015). Triangulação metodológica e abordagem multimétodo na pesquisa sociológica: Vantagens e desafios. *Ciências Sociais Unisinos*, 51(2). Recuperado de https://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2015.51.2.03
- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329-340. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845017301503?via%3Dihub>
- Paixão, M. (2017a). Acesso ao crédito produtivo pelos microempreendedores afrodescendentes e os desafios para a inclusão financeira no Brasil: Banco Interamericano de Desenvolvimento. Recuperado de <file:///C:/Users/dasousa/Downloads/Acesso-ao-cr%C3%A9dito-produtivo-pelos-microempreendedores-afrodescendentes-Desafios-para-a-inclus%C3%A3o-financeira-no-Brasil-Sum%C3%A1rio-executivo.pdf>
- Paixão, M. (2017b). Relatório Acesso ao Crédito Produtivo pelos Microempreendedores Afrodescendentes: Desafios para a Inclusão Financeira no Brasil: Banco Interamericano de Desenvolvimento. Recuperado de <https://publications.iadb.org/en/acesso-ao-credito-produtivo-pelos-microempreendedores-afrodescendentes-desafios-para-inclusao>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403-445. <https://doi.org/10.5465/19416520.2010.495581>
- Passos, A. L. A. (2020). *A socialização da população negra no pós-abolição: De não trabalhadores assalariados a afroempreendedores* (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal da Integração Latino-Americana – UNILA, Foz do Iguaçu, PR, Brasil. Recuperado de <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/6023>
- Peixoto, M. T. B. A. (2018). *As fintechs como instrumento de desenvolvimento: O caso de Moçambique* (Dissertação de mestrado). Instituto Superior de Gestão – ISG, Lisboa, Portugal. Recuperado de <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/23657>
- Ribeiro, E. P., Pires-Alves, C. C., Pondé, J. L., Prado, L. C. D., & Barbosa, G. H. C. (2020). *Inclusão financeira no Brasil: Características e perfil dos excluídos*. São Paulo: Instituto Propague. Recuperado de <https://institutopropague.org/cidadania-financeira/ebook-inclusao-financeira-e-o-perfil-dos-excluidos-no-brasil/>
- Rodrigues, D. P. (2021). *Inclusão financeira e o uso de fintechs como instrumento de políticas públicas* (Dissertação de mestrado). Fundação Getúlio Vargas – FGV, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/31848>
- Saddi, J. (2020). *Fintechs: Cinco ensaios*. São Paulo: Editora IASP.
- Sanca, I. P. (2020). *As fintech como instrumento de inclusão financeira: Moçambique versus Guiné-Bissau* (Dissertação de mestrado). Instituto Superior de Gestão – ISG, Lisboa, Portugal. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10400.26/34095>

- Savoia, J. R. F., Saito, A. T., & Santana, F. de A. (2007). Paradigmas da educação financeira no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 4(6)1, 1121-1141. Recuperado de researchgate.net/publication/250991117_Paradigmas_da_educacao_financeira_no_Brasil
- Sebrae. (2020). *Observatório MPE*. Recuperado de [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e8db248424b84c706957249ddf0a1200/\\$File/19673.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e8db248424b84c706957249ddf0a1200/$File/19673.pdf)
- Sela, V. M., Gonzalez, L., & Christopoulos, T. P. (2020). Construção da agenda de inclusão financeira à luz da Teoria Ator-Rede. *Revista de Administração Pública*, 54(1), 162-180. <https://doi.org/10.1590/0034-761220180382>
- Sena, L. (2021). Mercado e equidade: O empreendedorismo negro no Brasil (Dissertação de Mestrado). Universidade de Brasília – UnB, Brasília, DF, Brasil. Recuperado de https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/41129/1/2021_LucasSenaSilva.pdf
- Selltiz, C., Wrightsman, L., & Cook, S. (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais: Delineamento de pesquisa*. São Paulo: E.P.U.
- Silva, N. S. (2020). *Fintechs como promotoras de inclusão financeira dos Acadêmicos da Universidade Federal do Pampa* (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal do Pampa – Unipampa, Sant'Ana do Livramento, RS, Brasil. Disponível em: https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/bitstream/rii/6082/1/TC_Natalia.pdf
- Silva, E. N., & Porto, S., S., Jr. (2006). Sistema financeiro e crescimento econômico: uma aplicação de regressão quantílica. *Economia Aplicada*, 10, 425-442. <https://doi.org/10.1590/S1413-80502006000300007>
- Silva, I. T. da, & Selva, A. C. V. (2018). Programa de educação financeira nas escolas – ensino médio: Uma análise das orientações contidas nos livros do professor e suas relações com a matemática. *Revista de Ensino de Ciências e Matemática*, 9(1), 140-157. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/335076716_Programa_de_Educacao_Financeira_nas_escolas_-_Ensino_Medio_uma_analise_das_orientacoes_contidas_nos_livros_do_professor_e_suas_relacoes_com_a_Matematica
- Sousa, J. R. de, & Santos, S. C. M. dos. (2020). Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa. *Revista Pesquisa E Debate Em Educação*, 10(2), 1396-1416. <https://doi.org/10.34019/2237-9444.2020.v10.31559>
- Soki, E. A. (2019). Mercado de crédito para MPES: Falhas e fintechs (Dissertação de mestrado). Escola Nacional de Administração Pública – Enap, Brasília, DF, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/4818>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Newbury Park: Sage Publications.
- Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: Planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman Editora.
- Zalan, T., & Toufaily, E. (2017). The promise of fintech in emerging markets: Not as disruptive. *Contemporary Economics*, 11(4), 415-430. <https://ssrn.com/abstract=3200954>

Zucarro, M., & Bridwell, L. (2016). Financial Inclusion and the Payments Industry. *American Society for Competitiveness*, 237. Retrieved from <https://www.larrybridwell.com/Financial%20Inclusion%20and%20the%20Payments%20Industry.pdf>

Apêndice A

Autorização para realização e publicação de pesquisa científica

São Paulo, 15 de outubro de 2022.

A/C SR. SERGIO ALL

Fundação Escola de Comercio Alvares Penteado – FECAP

Ref.: Autorização para realização e publicação de pesquisa científica.

O Sr. Daniel Fógos, Mestrando no Programa de Mestrado em Administração do Centro Universitário FECAP (www.fecap.br), realizará a pesquisa para sua dissertação de mestrado, intitulada “OS EFEITOS DAS FINTECHS NA CIDADANIA FINANCEIRA DOS NEGROS NO BRASIL”.

Em função do exposto, solicitamos vossa colaboração para:

1. Permissão de entrevistas com clientes negros da Conta Black visando levantar informações sobre suas respectivas percepções quanto ao uso das fintechs como promotoras da cidadania financeira dos negros no Brasil para que possam colaborar com o atingimento do objetivo acima;
2. A utilização de dados e informações da empresa supracitada na Dissertação de Mestrado, acima mencionado e;
3. Autorização para publicação e divulgação do trabalho pela FECAP sem qualquer contrapartida, em meio eletrônico, no site da FECAP e em bancos de dados nacionais e internacionais de acesso público.

As entrevistas e a análise dos processos deverão ocorrer no próximo mês de outubro de 2022. Assim que a pesquisa estiver concluída teremos prazer em lhe remeter uma cópia do trabalho. Assim, V. Sa. poderá aquilatar a importância de sua colaboração, oferecer sugestões para melhorarmos nossas atividades futuras bem como usá-lo em suas atividades na organização.

Certos de podermos contar com sua valiosa colaboração, agradecemos a atenção dispensada a este nosso pedido.

Saudações acadêmicas.

Prof. Dr. Alexandre Sanches Garcia
Coordenador do Programa

Prof. Dr. Edson Barbero
Orientador da pesquisa

Assinatura do representante legal

Sergio All – CEO da Conta Black

Apêndice B

Survey eletrônica – Uso das Fintechs

Seção 1. Nesta seção, conheceremos alguns aspectos sobre como você utiliza os serviços financeiros oferecidos pelas fintechs.

1. Qual região do Brasil você reside?
2. Qual seria sua faixa etária?
 - a) 18 a 26 anos
 - b) 27 a 35 anos
 - c) 36 a 44 anos
 - d) acima de 45 anos
3. Há quanto tempo você utiliza os serviços da Conta Black? (Escolher um item)
 - a) Cerca de um ano
 - b) Entre um ano e três anos
 - c) Entre três e cinco anos
 - d) Mais de 5 anos
4. Além da Conta Black com quantas Fintechs (Contas Digitais) você possui relacionamento? (Escolher um item)
 - a) Uma Fintech
 - b) Até 03 fintechs
 - c) Mais de 03 fintechs
5. Há quanto tempo você utiliza serviços de fintechs (Contas Digitais)? (Escolher um item)
 - a) Cerca de um ano
 - b) Entre um ano e três anos
 - c) Entre três e cinco anos
 - d) Mais de 5 anos
6. Qual (is) desta(s) fintechs você utiliza? (Pode selecionar mais de um item)
 - Banco Inter
 - Banco Original
 - C6 bank

- ContaBlack
 - Ebanx
 - Neon
 - Next
 - Nubank
 - PagBank
 - PagSeguro
 - PicPay
 - Outros. Qual: _____
7. A quanto tempo você utiliza? (Escolher um item)
- a) Cerca de um ano
 - b) Entre um ano e três anos
 - c) Entre três e cinco anos
 - d) Mais de cinco anos
8. Você teve receio de abrir uma conta digital por não ser um banco tradicional? (Escolher um item)
- a) Sim
 - b) Não
9. Quais características das fintechs (Contas Digitais) te influenciaram a ser cliente: (Pode selecionar mais de um item)
- Ser 100% online
 - Facilidade para a abertura da conta
 - Rapidez no atendimento
 - Custo
10. De que forma você começou a usar os serviços das fintechs (Contas Digitais)? (Pode selecionar mais de um item)
- Indicação de amigos ou familiares
 - Internet
 - Divulgação por canais de televisão
 - Redes sociais
11. Qual dos serviços você utiliza mais: (Escolher um item)
- a) Fintechs (Contas Digitais)

b) Bancos tradicionais

12. Quais produtos e serviços das fintechs (Contas Digitais) você mais utiliza? (Pode marcar mais de uma)

- Conta corrente
- Conta poupança
- Cartão de Crédito
- Cartão Pré-Pago
- Transferências (TED/DOC)
- Pix
- Empréstimos
- Seguros de vida

13. Quais serviços você utiliza através do aplicativo? (você pode escolher mais de uma alternativa)

- Consulta saldos
- Consulta extratos
- Pagamento de boletos e faturas
- Transferências Bancárias
- Aplicações e investimentos
- Não utilizo
- Outros:

14. Somando sua renda familiar e de todas as pessoas que moram com você, qual seria a sua renda familiar mensal?

- a) Até 2 salários mínimos
- b) De 2 a 4 salários mínimos
- c) De 4 a 6 salários mínimos
- d) Acima de 6 salários mínimos

15. Em uma escala de 01 a 05, marque com um X o quanto você CONCORDA com as afirmações abaixo sobre o sistema financeiro que utiliza (em que 1 considera discordo totalmente e 5 considera concordo totalmente)

DIMENSÕES DA CIDADANIA FINANCEIRA	Marque com um “X” conforme seu MODO DE PENSAR, de acordo com a escala ao lado:	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo Totalmente
INCLUSÃO FINANCEIRA	Migrei para o uso de fintechs por estar descontente com os bancos tradicionais					
	As fintechs oferecem os produtos e serviços que atendem minhas necessidades					
	Estou satisfeito com o atendimento que recebo nos bancos tradicionais					
	Estou satisfeito com os produtos e serviços oferecidos pelas fintechs					
	O atendimento é rápido e eficiente nas fintechs que sou cliente					
	Me sinto incluído no sistema financeiro pelos serviços ofertados pelas fintechs					
	Acho mais vantajoso utilizar as fintechs à bancos tradicionais					
	Existem mais oportunidades de obter crédito para empréstimos e financiamentos junto às fintechs que utilizo					
	Já me senti excluído do sistema financeiro por preconceito social ou por causa da cor da minha pele					

Continua

Conclusão

DIMENSÕES DA CIDADANIA FINANCEIRA	Marque com um “X” conforme seu MODO DE PENSAR, de acordo com a escala ao lado:	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo Totalmente
EDUCAÇÃO FINANCEIRA	As fintechs possuem serviços que facilitam a minha gestão financeira					
	As informações que recebo sobre produtos e serviços oferecidos pelas fintechs são claras					
	Compreendo o funcionamento dos serviços financeiros que eu tenho utilizado das fintechs					
PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	As informações sobre como utilizar os produtos e serviços das fintechs são claras nos meios digitais					
	Sinto que os sistemas de proteção utilizados pelas fintechs são seguros (senhas, biometrias etc)					
	Me sinto seguro em acessar a minha conta por meio eletrônico (site, app etc)					
	As Fintechs que utilizo possuem ouvidorias disponíveis para reclamação					
PARTICIPAÇÃO DO CONSUMIDOR	Sou convidado pelas fintechs que me relaciono para participar de pesquisas e eventos sobre o sistema financeiro					
	Me sinto seguro para utilizar os canais de atendimento digitais oferecidos pelas fintechs					

16. De maneira geral, na sua percepção, como a Conta Black tem te auxiliado a exercer seus direitos e deveres em gerir bem seus recursos financeiros. Poderia dar exemplos?

17. Quais outros serviços financeiros poderiam ser incluídos ao portfólio de serviços da Conta Black?

Seção 2. Agora vou fazer algumas perguntas sobre itens do domicílio para efeito de classificação econômica. Todos os itens de eletroeletrônicos que vou citar devem estar funcionando, incluindo os que estão guardados. Caso não estejam funcionando, considere apenas se tiver intenção de consertar ou repor nos próximos seis meses.

INSTRUÇÃO: *Todos os itens devem ser perguntados pelo entrevistador e respondidos pelo entrevistado.*

Vamos começar? No domicílio tem _____ (Leia cada item)

Itens de conforto	Não possui	Quantidade que possui			
		1	2	3	4+
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular					
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho					
Quantidade de banheiros					
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel					
Quantidade de geladeiras					
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex					
Quantidade de microcomputadores, considerando computadores de mesa, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms ou smartphones					
Quantidade de lavadora de louças					
Quantidade de fornos de micro-ondas					
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional					
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca					

Trabalhador doméstico	Não tem	Quantidade que possui			
		1	2	3	4+
Quantidade de trabalhadores mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana					

Continua

A água utilizada neste domicílio é proveniente de?	
1	Rede geral de distribuição
2	Poço ou nascente
3	Outro meio

Considerando o trecho da rua do seu domicílio, você diria que a rua é:	
1	Asfaltada/Pavimentada
2	Terra/Cascalho

Qual é o grau de instrução do chefe da família? Considere como chefe da família a pessoa que contribui com a maior parte da renda do domicílio.	
1	Analfabeto / Fundamental I incompleto (Analfabeto/Primário Incompleto)
2	Fundamental I completo / Fundamental II Incompleto (Primário Completo/Ginásio Incompleto)
3	Fundamental completo/Médio Incompleto (Ginásio Completo/Colegial Incompleto)
4	Médio completo/Superior incompleto (Colegial Completo/Superior Incompleto)
5	Superior completo (Superior Completo)

Apêndice C

Modelo de protocolo para realização de entrevistas

Termo de consentimento esclarecido

São Paulo, outubro de 2022.

Prezado participante, as informações a seguir são fornecidas para facilitar a sua tomada de decisão sobre se deseja ou não participar desta pesquisa:

1. Você é livre para decidir participar ou não desta pesquisa;
2. Mesmo decidindo participar, você é livre para se retirar da entrevista a qualquer momento, sem que isso possa trazer quaisquer consequências para você;
3. O propósito desta pesquisa é explorar os possíveis efeitos das fintechs na cidadania financeira dos negros no Brasil;
4. Trata-se de um estudo de caso único. Serão entrevistados ao total 6 clientes negros fornecidos pela Conta Black;
5. A pesquisa está sendo conduzida no Mestrado Profissional em Administração, do Centro Universitário FECAP, uma escola de negócios com mais de 120 anos de existência na cidade de São Paulo;
6. Não hesite em fazer qualquer pergunta sobre o estudo, seja antes, durante ou mesmo após o encerramento da entrevista;
7. A entrevista será gravada, para facilitar a transcrição e a análise dos dados. Contudo, o seu nome e o nome da organização onde você trabalha serão mantidos em absoluto sigilo;
8. A descrição dos dados não os identificará e a descrição e a análise serão codificadas, não permitindo, assim, que sejam feitas conexões entre as falas, as pessoas e as organizações participantes;
9. Não existem riscos potenciais conhecidos ou desconfortos relacionados às perguntas da pesquisa;
10. A sua contribuição é muito importante para a pesquisa, com a qual esperamos dar uma relevante contribuição para a sociedade e para as organizações brasileiras;
11. Ficaremos felizes se pudermos compartilhar com o sr/a sra. posteriormente os achados da pesquisa. Agradecemos antecipadamente a sua participação e pedimos para que assine o termo de consentimento com amplo conhecimento da natureza, do propósito e dos procedimentos da pesquisa. Uma cópia desse termo lhe será fornecida.



Ass. Prof. Orientador

Ass. Aluno/a pesquisador/a

Nome e assinatura do entrevistado

Apêndice D

Roteiro de Entrevista

Informações gerais sobre a entrevista	
Hora da Entrevista	
Local	
Data	
Entrevistador	Daniel Garrido Fógos Júnior
Entrevistado	

Roteiro de Entrevista (tempo estimado: 25 min)		
Questões	Agrupamento das dimensões	Conceitos norteadores
Como você vê a inclusão/exclusão financeira dos negros no Brasil?		69% dos desbancarizados são negros (Instituto Locomotiva, 2019); 40% da população negra possui conta corrente, 35% acesso à poupança e 33% acesso ao cartão de crédito (Pires-Alves et al., 2020); A falta de acesso da população negra a serviços financeiros não é apenas um sintoma da disparidade de riqueza racial (Noel et al., 2020)
Na sua percepção, como as fintechs contribuem ou podem contribuir na inclusão financeira dos negros no Brasil?	Fintechs como instrumentos para inclusão financeira dos negros no Brasil	Fintechs como instituições privadas competentes capazes de contruir na inclusão financeira dos negros no Brasil (BCB, 2018)
Na sua percepção, como as fintechs contribuem ou podem contribuir na educação financeira dos negros no Brasil?	Fintechs como instrumentos para proteção e educação financeira dos negros no Brasil	Fintechs como instituições privadas competentes capazes de contruir na proteção e educação financeira dos negros no Brasil (BCB, 2018)
Na sua percepção, como as fintechs contribuem ou podem contribuir na proteção dos consumidores negros no sistema financeiro brasileiro?		
Na sua percepção, como as fintechs contribuem ou podem contribuir na participação da população negra no desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro?	Fintechs como instrumentos de diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro	Fintechs como instituições privadas competentes capazes de dialogar com os negros para desenvolvimento do sistema financeiro (BCB, 2018)

Apêndice E

Codificação

Códigos	Autor	Dimensão	Autor
Acesso – a disponibilidade de serviços e produtos oferecidos por instituições financeiras	BCB (2015, 2021)	INCLUSÃO FINANCEIRA – é um estado em que todos os adultos têm acesso efetivo aos seguintes serviços financeiros providos por instituições formais: crédito, poupança, pagamentos, seguros, previdência e investimentos	BCB (2018); Demirgüç-Kunt e Klapper (2013); Chauvet e Jacolin (2017)
Uso – a extensão e à profundidade de uso dos serviços e produtos financeiros	BCB (2015, 2021)		
Qualidade – a relevância dos serviços e produtos financeiros para a vida diária do consumidor e à efetividade dos canais de atendimento e reclamação	BCB (2015, 2021)		

Códigos	Autor	Dimensão	Autor
Capacitação – Conhecimentos adquiridos por meio da educação financeira	BCB (2018); Silva e Porto (2006)	EDUCAÇÃO FINANCEIRA – O cidadão tem a oportunidade de desenvolver capacidades e autoconfiança para gerenciar bem seus recursos financeiros	BCB (2018); OCDE (2013); Moraes (2019)
Gestão dos seus recursos – desenvolver as habilidades e confiança para se tornar mais consciente dos riscos e oportunidades financeiras	OCDE (2013, p. 11); Gans et al., (2018, p. 96); Moraes (2019)		

Códigos	Autor	Dimensão	Autor
Informações claras sobre os produtos e serviços – exatidão dos produtos e serviços financeiros que são apresentados à população	Campos e Silva (2014); Lima e Silveira (2018)	PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR – O cidadão conta com ambiente de negócios que gera confiança, com informações simples e mecanismos de solução de conflito	BCB (2018b)
Segurança da Informação – Proteção dos dados dos clientes	Lima e Silveira (2018)		
Resolução de conflitos – acesso a mecanismos e à apresentação de recursos para resolver conflitos	BM (2012)		

Códigos	Autor	Dimensão	Autor
Canais de diálogo – canais de diálogos entre os consumidores, as instituições financeiras e as agências reguladoras.	BCB (2012)	PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR – O cidadão ter canais para participar do debate sobre o funcionamento do sistema financeiro	BCB (2018b)

Apêndice F

Agrupamento das dimensões

Dimensões	Agrupamento
Inclusão financeira	Fintechs como instrumentos de promoção da inclusão financeira dos negros no Brasil (Corrales, 2020; Demirgüç-Kunt et al., 2018; Milanez, 2018; Oliveira, 2018; Ozili, 2018; Rodrigues, 2021; Silva, 2020)
Educação financeira	Fintechs como instrumentos de promoção da educação financeira dos negros no Brasil (Corrales, 2020; Lima e Silveira, 2018; Milanez, 2018)
Proteção do consumidor	
Participação do consumidor	Fintechs como instrumentos de promoção para o diálogo com consumidores negros para desenvolvimento do sistema financeiro brasileiro (BCB, 2012; Cordeiro, 2019; Corrales, 2020)

ⁱ Mais informações disponíveis em: <https://fintechs.com.br/techfin-o-que-e-conceitos-e-definicoes/>. Acesso em 04/01/2023.

ⁱⁱ Mais informações disponíveis em: <https://febrabantech.febraban.org.br/temas/meios-de-pagamento/pandemia-acelera-bancarizacao-e-transforma-setor-de-meios-de-pagamento>. Acesso em 02/12/2022

ⁱⁱⁱ Mais informações disponíveis em: <https://exame.com/bussola/vozes-o-que-e-black-money-e-por-que-esse-movimento-vem-crescendo/>. Acesso em 20/07/2022

^{iv} Mais informações disponíveis em: <https://sustentabilidade.com.br/pt/iniciativas/inclusao-e-educacao-financeira>. Acesso em 20/09/2022

^v Mais informações disponíveis em: <https://www.spacemoney.com.br/geral/artigo-brasileiro-investe-pouco-e-negros-sao-minoria/186559/>. Acesso em 03/12/2022

^{vi} Mais informações disponíveis em: <https://teto.org.br/a-pobreza-brasileira-tem-cor-e-e-preta/> Acesso em 05/09/2022

^{vii} Mais informações disponíveis em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/cerca-de-8-da-populacao-brasileira-mora-em-favelas-diz-instituto-locomotiva/#:~:text=A%20pes-quisa%20aponta%20que%20a,m%C3%A9dia%20nacional%2C%20de%2055%25> Acesso em 05/09/2022

^{viii} Mais informações disponíveis em: <https://fpabramo.org.br/2018/11/30/negros-sao-78-entre-os-mais-pobres-e-somente-25-entre-os-mais-ricos/> Acesso em 05/09/2022

^{ix} Mais informações disponíveis em: <https://mundonegro.inf.br/empreendedorismo-negro-afrobusiness-prega-o-empoderamento-por-meio-dos-negocios/> Acesso em 05/11/2022

^x Mais informações disponíveis em: <https://contablack.com/quem-somos.htm> Acesso em 05/11/2022

^{xi} Mais informações disponíveis em: <https://www.infomoney.com.br/do-zero-ao-topo/conta-black-a-fintech-quer-acabar-com-os-desbancarizados-do-brasil/> Acesso em 05/11/2022.

^{xii} Mais informações disponíveis em: <https://mundonegro.inf.br/empreendedorismo-negro-afrobusiness-prega-o-empoderamento-por-meio-dos-negocios/> Acesso em 05/11/2022.

^{xiii} Mais informações disponíveis em: <https://netzero.projetodraft.com/pessoas-negras-nao-tem-reserva-financeira-porque-acreditam-que-vaio-morrer-cedo-diz-cco-da-conta-black/> Acesso em 06/11/2022

^{xiv} Mais informações disponíveis em: <https://exame.com/esg/a-fintech-conta-black-atua-em-um-mercado-de-r-437-bilhoes-para-alguns-investidores-e-pouco/> Acesso em 05/11/2022.

^{xv} Mais informações disponíveis em: Após crédito negado, ele criou a Conta Black e prevê faturar R\$ 12 milhões - 21/11/2019 - UOL ECOA Acesso em 05/11/2022

^{xvi} Mais informações disponíveis em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/06/exclusivo-conta-black-se-reposiciona-e-passa-a-atuar-com-um-hub-de-servicos-financeiros/>