LIFT *papers*

REVISTA DO LABORATÓRIO
DE INOVAÇÕES FINANCEIRAS
E TECNOLÓGICAS

Número 3 • Julho 2021

Fenasbac
BANCO CENTRAL DO BRASIL

LIFT Papers

Revista do Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas

Número 3 • Julho 2021

Editor-Chefe da Revista
André Henrique de Siqueira, PhD

Editor Adjunto da Revista
Aristides Andrade Cavalcante Neto, MSc
Rodrigo de Azevedo Henriques

Corpo Editorial da Revista
Marcus Vinicius Cursino Suares
Fábio Araújo
Ligia Vilela Félix

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do Banco Central do Brasil

LIFT Papers / Banco Central do Brasil. N. 3, (julho 2021). Brasília: Banco Central do Brasil, 2020.

Semestral
Disponível em:
https://revista.liftlab.com.br
ISSN 2675-2859

1. Inovação Tecnológica – Brasil. 2. Sistema Financeiro – Brasil. 3. Crédito. I. Banco Central do Brasil.

CDU 336.7:004.738.5

Presidente do Banco Central do Brasil
Roberto Campos Neto

Presidente da Fenasbac
Paulo Renato Tavares Stein

Comitê-Executivo LIFT 2020
DIRAD – Coordenação LIFT
Aristides Andrade Cavalcante Neto
André Henrique de Siqueira

FENASBAC – Coordenação LIFT
Rodrigoh Henriques

DIORF
Ricardo Mourão
Carlos Eduardo Chioquetta

DEPEP
Ricardo Schechtman, do Departamento de Estudos e Pesquisas

DIPOM
Marcos Nascimento Silvino, do Demab

DIREC
João Paulo Resende Borges

DINOR
Reinaldo Livio Wielewski (*in memorian*)

Parceiros de Tecnologia – Edição 2020 (por ordem alfabética)

AWS
Cielo
Celer
IBM
Instituto Fenasbac
Microsoft
Multiledgers
R3

Na atualidade, a inovação tecnológica se consolidou como um dos mais importantes instrumentos de inclusão.

Para fomentar esse ambiente de inovação, a Fenasbac e o Banco Central criaram o Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas, o LIFT, com o objetivo transformar ideias em realidade, gerando frutos muito importantes para o futuro da inovação no mundo financeiro brasileiro.

O LIFT cumpre seu papel de fomentar a inovação no SFN com o incentivo à criação de protótipos de soluções tecnológicas, abrangendo meio ambiente, carteira digital, pagamentos simplificados, empoderamento do cliente bancário, entre outros temas.

Nesta edição da Revista LIFT, vocês vão poder conferir os resultados práticos dos esforços investidos em 21 projetos, que propõem inovações para o universo financeiro alinhadas aos temas da Agenda BC#: Inclusão, Competitividade, Transparência, Educação e Sustentabilidade.

Boa leitura.

Roberto Campos Neto

Fincatch – Plataforma de Avaliação e Comparação de *Fintechs*

Felipe Marcos de Lima[*]
Isabela Liberatoscioli de Carvalho[**]
Victor Lavagnini Barboza[***]

A plataforma de avaliação e comparação de *fintechs* Fincatch possibilitará que usuários, pessoa física ou pessoa jurídica, que estejam em busca de uma solução financeira, entre as várias categorias existentes, possam ter um levantamento das opções disponíveis, ranqueadas a partir de avaliações feitas por pessoas que já utilizaram as *fintechs* de potencial interesse. A Fincatch visa ser uma solução para facilitar o processo de escolha e, ao mesmo tempo, um canal de educação financeira no aspecto das *fintechs*.

* felipe@fincatch.com.br
** isabela@fincatch.com.br
*** victor@fincatch.com.br

Introdução

As *fintechs*, empresas que desenvolvem soluções financeiras por meio da tecnologia, chegaram para ficar. O movimento que começou em 2008 vem crescendo a cada ano, e, em 2020, de acordo com o *Distrito Fintech Report 2020*,[1] no Brasil já foram mapeadas 742 *fintechs*. Estas podem ser divididas em diferentes categorias, como crédito, investimentos, finanças pessoais, entre outras.

Porém, ao mesmo tempo que as *fintechs* se tornam uma excelente opção para contratação de produtos e serviços financeiros, o excesso de opções pode causar uma dificuldade na hora de pessoas e empresas decidirem sobre qual delas usar.

Além dessa dificuldade em função do excesso de opções, outro fator que causa certo incômodo é a possibilidade do conflito de interesses. No mercado financeiro, é muito comum algum produto ou serviço ser oferecido como a melhor opção, "ocultando" as demais opções, por conta do comissionamento que a opção oferecida pode gerar.

Pensando nesses pontos, e com o intuito de contribuir para o desenvolvimento da educação financeira e do movimento das *fintechs* no Brasil, surge a Fincatch, uma plataforma para que os usuários possam fazer avaliações e comparações das *fintechs*. Estas são separadas em categorias e subcategorias, e formam um *ranking* dinâmico a partir da nota dos avaliadores.

1 Objetivos

A Fincatch tem como objetivo auxiliar pessoas físicas e empresas que estejam em busca de soluções dentro do universo das *fintechs*. A plataforma permite que usuários avaliem a experiência com *fintechs* que já foram usadas. Essas soluções são separadas em categorias e subcategorias, com busca facilitada por *tags* e, a partir das avaliações, é formado um *ranking* dinâmico, mostrando quais as melhores *fintechs* das várias categorias e subcategorias.

2 Fundamentação Teórica

De acordo com o *Relatório de Economia Bancária 2019*,[2] elaborado pelo Banco Central do Brasil (BCB), as dez maiores instituições financeiras em volume, que são compostas exclusivamente por bancos, concentram 82,2% do valor total das operações no mercado primário e 69,7% no mercado interbancário. Em qualquer setor, a concentração de mercado pode levar à falta de concorrência e trazer consequências bem negativas para os usuários.

As *fintechs*, em conjunto com iniciativas de educação financeira, possuem o poder de mudar esse cenário, promovendo a inclusão financeira, a melhora da relação custo-benefício e melhores experiências.

Porém, ao mesmo tempo, por conta da novidade e do grande número de *fintechs* existente e de resultados da literatura de psicologia econômica, entendemos como o processo de decisão

1 http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech.
2 https://www.bcb.gov.br/content/publicacoes/relatorioeconomiabancaria/REB_2019.pdf

sobre em qual *fintech* abrir conta pode ser trabalhoso e fazer com que os usuários desistam de conhecer essas novas opções de produtos e serviços financeiros.

A Fincatch surge justamente para unir estes pontos: dar uma solução tecnológica que permita aos usuários se informarem e se educarem a respeito das soluções financeiras disponíveis, simplificando e facilitando seu processo de escolha.

2.1 Categorias de *fintechs*

Segundo o Fórum Econômico Mundial, *fintech* é a abreviação de "*financial technology*" e refere-se ao uso inovador de tecnologia na criação e entrega de produtos e serviços financeiros.

Existem *fintechs* provendo as mais variadas categorias de serviços. A seguir, listamos uma divisão de categorias e subcategorias a partir dos mapeamentos *Distrito Fintech Report*[3] e do *Radar Fintechlab*.[4]

- **Gestão Empresarial**: são soluções para a gestão financeira de empresas.
  - Contabilidade: são plataformas de gestão e automação da contabilidade das empresas.
  - Gestão financeira: são sistemas de gestão e automação da operação financeira das empresas.
  - Precificação: são soluções para precificação de produtos e serviços.
- **Câmbio**: são soluções para facilitar o fluxo de valores entre diferentes moedas.
- **Cartões**: são soluções de pagamentos no formato de cartões.
  - Crédito: são *startups* que oferecem cartão de crédito.
  - Pré-pagos: são *startups* que oferecem cartões recarregáveis, que podem ser utilizados sem contas bancárias ou linhas de crédito.
- **Crédito**: são soluções relacionadas à concessão de crédito com base tecnológica.
  - Antecipação: são *startups* que oferecem crédito sobre recebíveis futuros.
  - Consórcios: são sistemas que permitem a criação e a gestão de consórcios.
  - *Marketplace*: são plataformas que conectam pessoas e empresas às ofertas de crédito.
  - Oferta direta: são *startups* que oferecem crédito diretamente aos tomadores.
  - *Peer-to-Peer* (P2P): são plataformas que conectam empresas e pessoas e buscam crédito a pessoas e empresas que querem investir.
- **Criptomoedas**: soluções relacionadas às moedas virtuais.
  - Corretoras: são plataformas que permitem a compra e a venda de criptomoedas.
  - Investimento: sãoplataformas de investimento em criptomoedas.
  - Pagamento: são sistemas que permitem o uso de criptomoedas como forma de pagamento.
- ***Crowdfunding***: são soluções que unem grupos heterogêneos de contribuintes financeiros para um objetivo específico.
  - *Crowdfunding* de projetos: são plataformas que levantam recursos para possibilitar projetos ou causas. Podem oferecer recompensas não financeiras para que contribui.

3 http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech
4 https://fintechlab.com.br

- *Equity*: são plataformas que possibilitam que os indivíduos façam investimentos em troca de participação nas empresas que estão captando os recursos.
- **Dívidas**: são soluções que lidam com dívidas do ponto de vista do credor e do devedor.
  - Negociação de dívidas: são plataformas que realizam negociação, conciliação e parcelamento de dívidas.
- **Fidelização**: são soluções que visam gerar fidelização e retenção de colaboradores e clientes.
  - Benefícios: soluções para conceder benefícios direcionados aos colaboradores de empresas usando tecnologia financeira.
  - Programas de fidelidade: sistemas de pontos, remuneração e descontos para os clientes.
- **Finanças pessoais**: são produtos e serviços que oferecem gestão, *tracking* e educação financeira no aspecto pessoal.
  - Gestão pessoal: são aplicativos e sistemas para a gestão de patrimônio e finanças pessoais.
- **Investimentos**: são produtos e serviços que permitem que os usuários realizem investimentos, com acompanhamento e análise destes.
  - Corretoras: são plataformas que possibilitam o acesso aos investimentos.
  - Robôs: são plataformas de automação dos investimentos.
  - Gestão de investimentos: são plataformas para a gestão e o acompanhamento de portfólios de investimento e produtos financeiros.
  - P2P: são plataformas de investimento por meio de empréstimo a empresas e pessoas.
  - Buscador/comparador: são plataformas para busca e comparação de investimentos.
  - Compra e venda de empresas: são plataformas para compra e venda de empresas.
  - Análises: são empresas de análises de investimentos.

- **Meios de pagamento**: são soluções de facilitação e processamento de pagamentos.
  - Aplicativos de pagamentos: são tecnologias que facilitam pagamentos por meio de *smartphones* e outros dispositivos móveis.
  - Solução de pagamentos: são sistemas e soluções físicas para recebimento de pagamentos.
- **Risco e *compliance***: são soluções para análise e comprovação de informações e dados financeiros.
  - Análise de risco: são sistemas para determinação de risco para a concessão de crédito, precificação e tomadas de decisão.
  - Antifraude: são sistemas para proteger empresas e pessoas de dados e agentes fraudulentos.
  - *Compliance*: são serviços que facilitam a adequação regulatória e fiscal das empresas.
- **Serviços digitais**: são soluções relacionadas aos serviços bancários no formato digital.
  - Bancos digitais: são instituições com certificações bancárias, capazes de oferecer os mesmos serviços e produtos que uma banco tradicional.
  - Contas digitais: são *startups* que buscam substituir ou complementar o trabalho dos bancos.
  - *eWallets*: são sistemas digitais de armazenamento e transferência de dinheiro.
- **Tecnologia**: são provedores de tecnologia de base para outras instituições financeiras.
  - *Banking as a Service* (BaaS): são *startups* que oferecem serviços financeiros digitais para qualquer empresa que busca oferecer essa solução aos seus clientes.
  - Open Banking: são *startups* que criam tecnologias para conectar e facilitar o fluxo de informações entre agentes do sistema financeiro.
  - Infraestrutura: são soluções para permitir desenvolvimento de tecnologias financeiras complexas e inovadoras.
- **Seguros**: são soluções relacionadas ao mercado de seguros.
  - *Marketplace* e comparação: são *startups* que funcionam como canal de distribuição ou comparação de seguros.
  - Produto e distribuição: são *startups* que oferecem produtos inovadores no aspecto dos seguros.
  - Serviços adicionais: são soluções para a cadeia de serviços que as seguradoras oferecem.
  - Infraestrutura e *backend*: são soluções que agilizam processos diversos dentro das seguradoras e corretoras de seguros.

2.2 Mapeamentos de *fintechs*

Aproveitando as oportunidades e o avanço da tecnologia, não é de se estranhar que o movimento das *fintechs* só cresce no mundo todo. No Brasil, não é diferente. Com o elevado número de *fintechs*, das mais variadas categorias, surgindo a cada ano, espalhadas pelo país todo, os mapeamentos começaram a ser feitos.

2.2.1 *StartupBase*

Startups são empresas em fase inicial, que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, com potencial rápido de crescimento. Com isso, podemos dizer que as *fintechs* são *startups* com soluções para finanças.

O StartupBase[5] é a base oficial do ecossistema brasileiro de *startups*, feito pela Associação Brasileira de *Startups* (Abstartups).

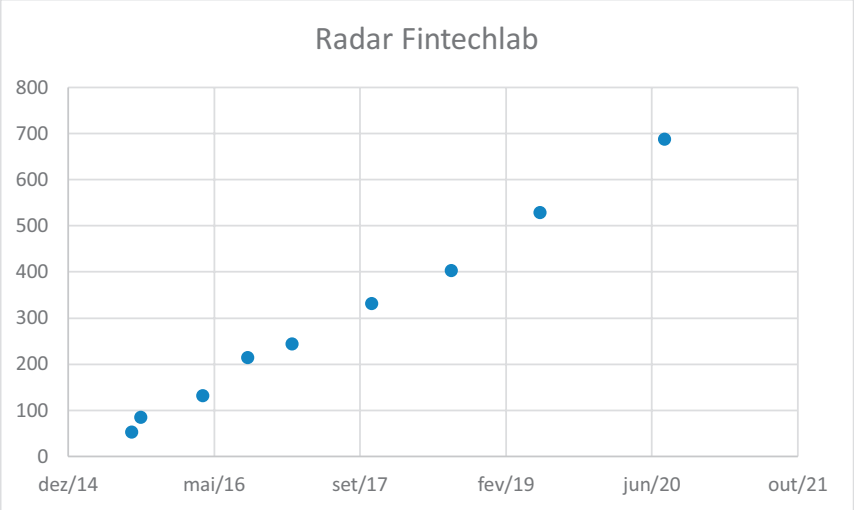
A base é dinâmica, atualizada em tempo real, e existem mais de 13.261 *startups* mapeadas no Brasil. Estas são classificadas em 45 diferentes categorias, sendo "Finanças" uma delas.

As *startups* de finanças representam 5,53% do total de *startups* no Brasil, ficando atrás apenas das *startups* de educação. Com isso, podemos ver que, pelo levantamento, existem mais de 733 *fintechs* no Brasil.

2.2.2 Radar FintechLab

Esse levantamento é feito pelo FintechLab, um *hub* para conexão e fomento do ecossistema de *fintechs* nacional. A primeira edição foi feita em agosto de 2015, com 54 *fintechs* mapeadas. Na última edição (9ª),de agosto de 2020,[6] foram levantadas 689 *fintechs*.

Figura 1 – Evolução Radar FintechLab

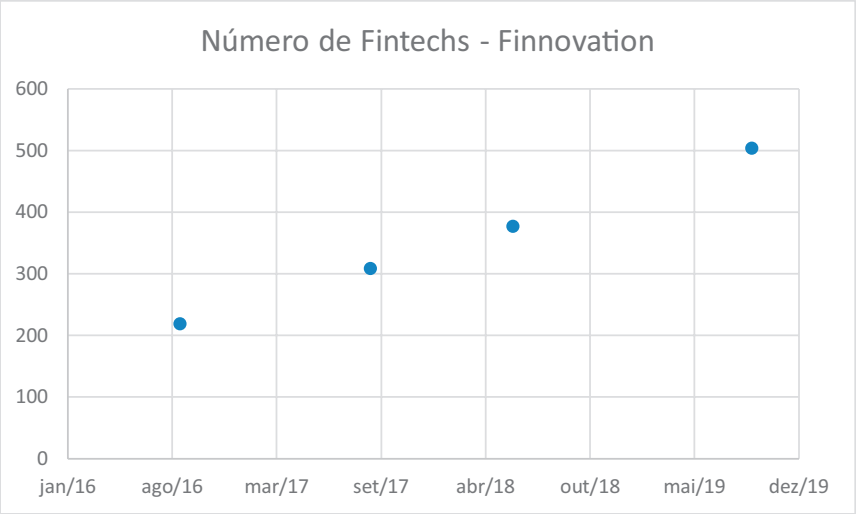


2.2.3 Finnovation

O Finnovation é uma comunidade onde *fintechs* e bancos digitais se encontram. Eles são responsáveis pelo mapeamento Fintech Radar Brazil. Em sua primeira edição, em setembro de 2016, formam mapeadas 219 *fintechs*, enquanto na última edição,[7] em setembro de 2019, foram levantadas 504.

5 https://startupbase.com.br.
6 https://fintechlab.com.br/index.php/2020/08/25/edicao-2020-do-radar-fintechlab-detecta-270-novas-fintechs-em-um-ano/.
7 https://finnovation.com.br/mapa-de-startups/

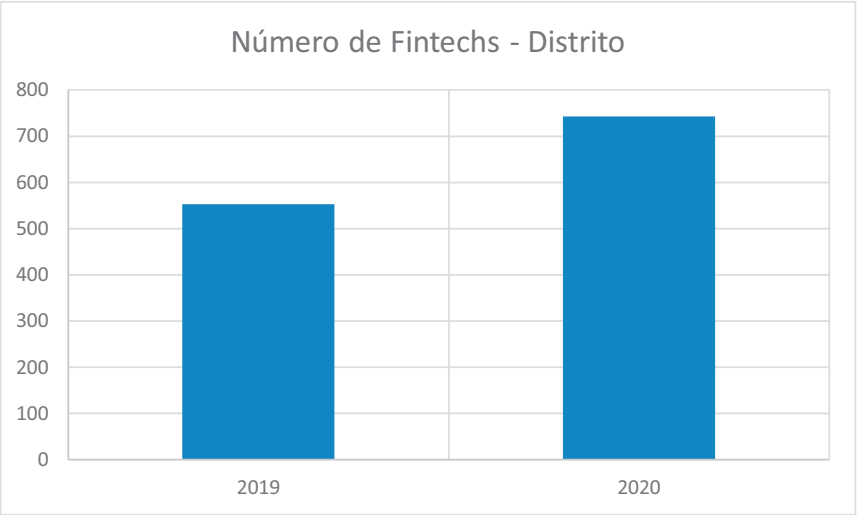
Figura 2 – Evolução Radar Fintech Brazil



2.2.4 Distrito Fintech Report

O Distrito é um ecossistema de inovação independente. Eles são responsáveis pelo Distrito Fintech Report. O estudo está em sua segunda edição. Na primeira, feita em 2019, foram mapeadas 553 *fintechs*, enquanto na edição de 2020,[8] o número saltou para 742.

Figura 3 – Evolução Radar Fintech Brazil



Ao contrário dos outros dois mapeamentos, o Distrito faz um mapeamento separado das *fintechs* de seguros, também chamadas de *insurtechs*. No Distrito Insurtech Report de 2020,[9] foram mapeadas 110 iniciativas, 47% a mais do que o último levantamento, feito em 2018. Dessa forma, em 2020, juntando os dois mapeamentos do Distrito, são 852 *fintechs*.

8 http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech.
9 http://conteudo.distrito.me/data-miner-insurtech.

2.3 Educação financeira

Apesar da tecnologia nos serviços financeiros, o Brasil ainda engatinha no aspecto da educação financeira.

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE),[10] a educação financeira é

> o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, podem contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (OCDE, 2005)

Conforme podemos ver, o processo de educação financeira tem fundamental importância no processo de tomada de decisão, seja de produtos, serviços ou empresas.

Porém, como a própria OCDE nos mostra nos resultados do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA) de 2018,[11] o Brasil não está nada bem quando o assunto é educação financeira. Entre vnte países analisados, o Brasil ficou em 17º nas competências financeiras.

E isso não é de estranhar. Basta olharmos como a população está em relação às suas finanças. De acordo com levantamento da Confederação Nacional do Comércio (CNC, 2020),[12] em julho, o total de brasileiros endividados foi de 67,4%. Ou seja, mais da metade da população possui algum tipo de dívida.

E, mesmo no aspecto dos investimentos, vemos como a educação financeira faz falta. De acordo com a segunda edição do Raio X do investidor brasileiro,[13] feito pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA, 2020), apenas 42% dos brasileiros investem em algum produto financeiro, sendo que, destes, 88% investem na caderneta de poupança.

E, na hora de decidir sobre os investimentos, 42% das pessoas entrevistadas disseram buscar informações falando com gerente ou corretor, 33% com parentes, 28% em *sites* e *blogs*, 20% com consultorias e 13% em aplicativos de finanças.

Outro número que preocupa, nessa mesma pesquisa, é em relação ao futuro. Um pouco mais das metade, 56% dos entrevistados, disseram que sua aposentadoria virá apenas da previdência pública.

10 https://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira-no-brasil/?doing_wp_cron=1596047507.0395429134368896484375.
11 https://www.oecd.org/pisa/publications/.
12 http://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-julho-0.
13 https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2019.htm.

2.4 Inclusão financeira

Um dos pilares essenciais da cidadania financeira[14] é a inclusão financeira. O cenário de exclusão financeira impede parcelas da população de conseguirem acessar o sistema financeiro, o que gera, consequentemente, diversos efeitos negativos para o indivíduo e para a economia. Vale ressaltar que a inclusão financeira não significa apenas o acesso a uma conta bancária, mas também à utilização dos serviços financeiros disponíveis. O que proporciona a adequada utilização desses serviços é justamente a educação financeira.

Portanto, cabe destacar o papel das *fintechs* nesse processo de inclusão financeira, como mostra Cordeiro (2019), visto que estas promovem benefícios como:

- redução dos custos para o cliente associada ao menor custo operacional;
- redução de custos para os clientes associada ao aumento da competição;
- redução da assimetria da informação pela melhoria da análise dos dados;
- redução da assimetria de informação pela utilização de informação não estruturada;
- melhoria da educação financeira tanto de indivíduos quanto de empresas;
- atendimento aos que se encontram distantes de uma instituição financeira;
- atendimento a nichos não atendidos pelo mercado;
- desintermediação de serviços;
- atendimento simplificado e com menos exigências;
- alternativa para os que não confiam nas instituições financeiras;
- desenvolvimento e ampliação do mercado de seguros;
- redução de assimetrias na negociação entre instituições financeiras e clientes;
- criação de modelos de negócio que reduzam a necessidade de garantias.

2.5 Psicologia econômica

O número crescente de soluções que aparecem a cada mapeamento é muito vantajoso, pois aumenta a competição, contribuindo para aumento da qualidade dos produtos e serviços oferecidos, e traz soluções cada vez mais inovadoras e personalizadas, muitas vezes com melhor custo-benefício.

Porém, o excesso de opções pode trazer dificuldades para as pessoas tomarem decisões de escolhas e mudanças. E a vertente da literatura que explica isto é a psicologia econômica/economia comportamental.

A psicologia econômica nasceu após uma série de questionamentos sobre os modelos usados pela economia tradicional, no estudo das relações econômicas. Esse modelo considera que os agentes econômicos são totalmente racionais e que tomam suas decisões com base em toda informação relevante.

Porém, vários questionamentos apareceram, já que, se o ser humano fosse totalmente racional, não faria sentido o grande número de pessoas excessivamente endividadas, ou de pessoas tomando más decisões em relação aos investimentos, entre outros exemplos.

14 Segundo o BCB, o conceito de cidadania financeira engloba: educação e inclusão financeira, proteção ao consumidor de serviços financeiros e participação da sociedade nos debates sobre o funcionamento do sistema financeiro.

É aí que aparece uma nova frente de estudos, unindo psicólogos e economistas: a psicologia econômica. Como mostra Ferreira (2007) em seu estudo, a psicologia econômica foi inaugurada após a Idade Média. O Pai da Economia, Adam Smith, também teve sua contribuição para essa frente, já que dizia que a economia é uma ciência que dizia respeito ao indivíduo, logo, um estudo psicológico sobre este seria necessário.

Vários estudos ocorrem desde aquela época. O primeiro grande marco foi em 1978, quando o economista Herbet Simon recebeu o Prêmio Nobel de Economia, por conta de seu estudo sobre a racionalidade limitada. De acordo com (Simon, 1955) ao deparar-se com um problema mais complexo, a reação natural de todo indivíduo é reduzir o problema para um modelo de mais fácil compreensão. Essa simplificação ocorre por conta de três dimensões: a informação disponível, a limitação cognitiva da mente individual e o tempo disponível para a tomada de decisão.

Os estudos de Simon foram de grande importância para os demais pesquisadores da área e acabaram ajudando o economista Daniel Kahneman a ser mais um vencedor do prêmio Nobel de Economia, dessa vez em 2002. Kahneman, em conjunto com Amos Tversky, desenvolveu a Teoria do Prospecto (KAHNEMAN & TVERSKY, 1979).

A Teoria do Prospecto surgiu em oposição à Teoria da Utilidade Esperada, que buscava identificar qual seria a melhor decisão a ser tomada. Kahneman explica que uma das principais falhas dessa abordagem é justamente não permitir que as utilidades para ganhos sejam calculadas de forma diferente do que para as perdas.

A partir de seus estudos, Kahneman (2012) apresenta conceitos que passam a explicar efetivamente como as nossas decisões funcionam em função do dinheiro. Em seu livro *Rápido e Devagar: duas formas de pensar*, é apresentado o conceito dos dois sistemas de processamento cerebral do ser humano: o Sistema 1 e o Sistema 2. O Sistema 1 é rápido, automático, inconsciente e emotivo. Dessa forma, "o Sistema 1 opera automática e rapidamente, com pouco ou nenhum esforço e nenhuma percepção de controle voluntário" (Kahneman, 2012). O Sistema 2 é lento, sequencial, baseado em regras e racional. Como o Sistema 2 gasta mais energia, na maior parte do tempo ele está em *stand by*, e é o Sistema 1 que está ativo em boa parte do tempo, na hora que tomamos decisões. Com isso, na maior parte das vezes, tomamos decisões emocionais e intuitivas.

Outro conceito apresentado é o das heurísticas e dos vieses. De acordo com Kahneman (2012), "Heurística é um procedimento simples e que ajuda a encontrar respostas adequadas, ainda que geralmente imperfeitas, para perguntas difíceis". A utilização de heurísticas pode ocasionar vieses, que são uma tendência sistemática de violar alguma forma de racionalidade teoricamente predominante.

E os estudos não pararam por aí. Em 2013, foi a vez de o economista Robert Shiller, fundador do campo das finanças comportamentais, ganhar o Nobel de Economia. O prêmio se deu em função das suas análises empíricas sobre preços de ativos.

Por fim, mas não menos importante, o economista Richard Thaler foi mais um dos ganhadores do Nobel de Economia na frente da psicologia econômica. Em 2017, Thaler foi premiado por ter desenvolvido a teoria da contabilidade mental, que explica como as pessoas simplificam a tomada de decisões financeiras.

Em seu livro *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*, Thaler & Sunstein (2019) apresentam os conceitos de *nudge* e arquitetura de escolha. Esta refere-se à prática de influenciar a escolha, alterando a maneira pela qual as opções são apresentadas. O *nudge* é um "empurrão" para as pessoas, por meio da arquitetura de escolha, na direção certa.

2.6 O paradoxo da escolha

Sheena Iyengar (2000), uma das alunas de Amos Tvesky, passou décadas realizando pesquisas e experimentos sobre como as escolhas nos moldam e interferem nossa visão de mundo.

O estudo das geleias foi um dos experimentos mais famosos. Ele mostrou como tomamos nossas decisões com base no número de opções. No experimento, realizado em uma loja, foram criadas duas situações diferentes para experimentação e venda de geleias: uma mesa com 24 sabores e uma outra mesa com seis sabores.

A mesa com 24 geleias atraiu mais pessoas, 60% do público, que parava e olhava os diferentes sabores. Já a mesa com seis sabores atraiu menos pessoas, 40% do público. Porém, no aspecto das vendas, a relação mudou. Na mesa com mais opções, apenas 3% das pessoas que pararam compraram alguma geleia, enquanto 30% das pessoas que pararam na mesa com menos opções compraram pelo menos um pote.

Com esses resultados, Iyengar & Lepper (2000) puderam nos mostrar que mais escolhas são responsáveis por desmotivar mais as pessoas. Isso acontece por não sabermos ao certo o que é melhor para nós. Quanto mais opções, mais esforços são necessários. E, quando fazemos uma escolha errada, sentimo-nos culpados.

Outro pesquisador que explora o conceito das escolhas é o psicólogo Barry Schwartz, autor do livro *O Paradoxo da Escolha: por que menos é mais*. Schwartz (2004) mostra que a escolha é uma marca da liberdade individual e da autodeterminação. Porém, no excesso de opções, acabamos gastando muita energia e nos frustrando. Por isso, o psicólogo defende que a eliminação das escolhas pode reduzir o estresse, a ansiedade e a ocupação das nossas vidas. Para isso, é importante termos disciplina para nos concentrarmos nas opções mais importantes e ignorar o restante, obtendo maior satisfação das escolhas que já fizemos ou iremos fazer.

Em seu livro, Schwartz (2004) diz que:

> A multiplicidade de opções parece conduzir, inevitavelmente, ao aumento de expectativas. (...) Isso favorece à tendência à maximização [das opções a se escolher]. (...) A lição a ser tirada é que expectativas exageradas podem ser contraproducentes. Provavelmente não existe uma maneira melhor de influenciar nossa vida do que controlando as expectativas.

Ou seja, com muitas escolhas, aumentamos nossas expectativas, o que facilmente pode nos levar à frustação por uma escolha abaixo do que estamos esperando.

Podemos entender que cada escolha representa o renunciar às demais opções. Logo, com mais opções, maiores os custos de tomar a decisão final.

2.7 *Net Promoter Score*

Um conceito muito importante de avaliações, apresentado por Reichheld (2003), foi o *Net Promoter Score*, popularmente conhecido como NPS.

Essa metodologia nasceu a partir da constatação de que as pesquisas de satisfação tradicionais, feitas pelos setores de *marketing* das empresas, estão obsoletas.

A pergunta que o NPS faz é "Numa escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar a empresa X para um amigo?". A partir da resposta, o cliente pode ser classificado em três diferentes grupos, sendo que cada um deles apresenta um padrão de comportamento diferente e um conjunto próprio de atitudes.

As pessoas que dão notas de 0 a 6 são classificadas como "clientes detratores", o que significa que estes criticam a empresa em público e jamais voltariam a fazer negócios com a empresa avaliada. Já as pessoas que dão notas 7 e 8 são classificadas como "clientes neutros", que são as pessoas que pagam somente pelos produtos/serviços necessários. E as pessoas que dão nota 9 e 10 são os "clientes promotores", que representam o público fiel à empresa e a indicam.

O cálculo do NPS se dá pela seguinte equação:

NPS = % de Clientes Promotores - % de Clientes Detratores

A partir desse resultado, a empresa ficará enquadrada em umas das quatro zonas de classificação:

- -100 a -1: Zona Crítica;
- 0 a 49: Zona de aperfeiçoamento;
- 50 a 74: Zona de qualidade;
- 75 a 100: Zona de excelência.

3 Visão Geral

Com base em todos os conceitos apresentados acima, surge a motivação para a criação da Fincatch. Ou seja, ao mesmo tempo que vemos o Movimento *Fintech* crescendo, com o aumento de opções disponíveis, por outro lado, naturalmente as pessoas acabam tendo dificuldades para escolher qual *fintech* usar.

Hoje existem dois grandes fatores que podem influenciar nessa decisão: a indicação ou a divulgação.

A indicação é muito bem-vinda quando vem de alguém próximo ou de algum especialista. Porém o modelo das indicações comissionadas, ou seja, aquele em que a pessoa que indicou ganha uma comissão caso o indicado abra conta/use a plataforma, acaba trazendo a possibilidade do conflito de interesses: só estão nos indicando aquilo que gera remuneração e não necessariamente o melhor.

Já a divulgação, sem dúvida, é um meio bastante válido, que sempre existiu no mercado, primeiramente por meio de propagadas em *outdoors*, na televisão e no rádio. E, mais recentemente, com essa migração para o meio digital, nos *sites*, portais e redes sociais. Porém, como as *fintechs*, de modo geral, representam algo novo, usar apenas a divulgação nem sempre acaba sendo tão eficaz.

Dessa forma, a Fincatch surge como um *site* no qual as pessoas e as empresas acabam tendo mais um artifício para ajudar na escolha das *fintechs*, por meio de avaliações de usuários que se cadastram na plataforma.

3.1 Casos de uso

3.1.1 Avaliação de *fintechs*

O usuário, para realizar a avaliação de *fintechs*, precisa estar logado no sistema. Uma vez logado, ele acessa a tela de avaliação de uma empresa, escolhe as notas de acordo com as perguntas de avaliação que são apresentadas e submete suas respostas. As perguntas quantitativas possuem uma escala de 1 a 5, além da pergunta de NPS, que vai de 1 a 10. Há ainda o campo para a avaliação textual, por meio de um comentário.

3.1.2 Consulta de *ranking* das *fintechs*, por categorias e subcategorias

No menu categoriais, o usuário terá uma lista com as categorias existentes na plataforma (investimentos, *backoffice*, crédito, câmbio etc.). Ao clicar na categoria escolhida, o usuário acessa a tela de *ranking*. Nessa tela, aparecem as *fintechs* de acordo com nota e classificação. Visando facilitar o acesso do usuário, é possível fazer a busca por subcategorias.

3.1.3 Consulta de *tags*

O usuário pode fazer uma pesquisa a partir de *tags*, que envolvem palavras-chave de produtos e serviços oferecidos pelas *fintechs* (exemplos: empréstimo pessoal, maquininha, renda fixa). Toda *fintech* que tiver a *tag* correspondente aparecerá como resultado da pesquisa, independentemente da categoria em que ela está enquadrada.

3.1.4 Consulta de uma *fintech* específica

O usuário pode pesquisar pelo nome da *fintech* ou clicar em uma delas no *ranking*. Isso o redirecionará para a página com informações e avaliações sobre a *fintech*:

- Descrição;
- *Tags*;
- Avaliações;
- Comentários;
- *Link* para a *fintech*.

3.1.5 Abertura de conta em *fintechs*

Uma vez que o usuário tenha interesse em alguma *fintech*, ele poderá abrir conta por meio de um *link* que o redirecionará para a página de abertura de conta da *fintech*. Para *fintechs* parceiras da Fincatch, o usuário poderá ter condições especiais na contratação dos produtos e serviços.

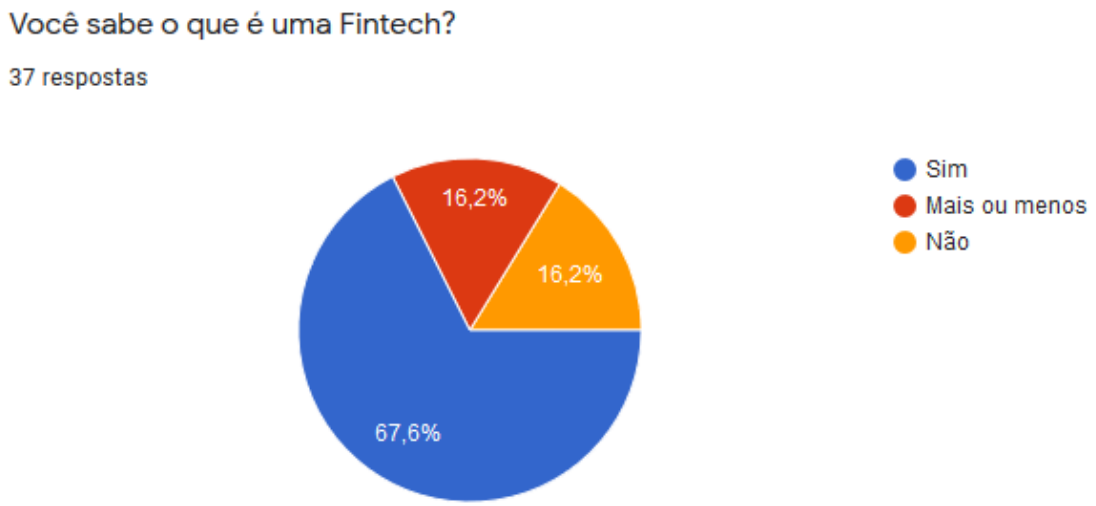
3.2.1 Pontos desenvolvidos no LIFT

3.2.1 Critérios

Para a avaliação das *fintechs*, é importante a definição dos critérios que são levados em conta pelos usuários na hora de escolher uma plataforma. Por isso, realizamos uma pesquisa com 37 pessoas, entre 18 anos e 50 anos ou mais.

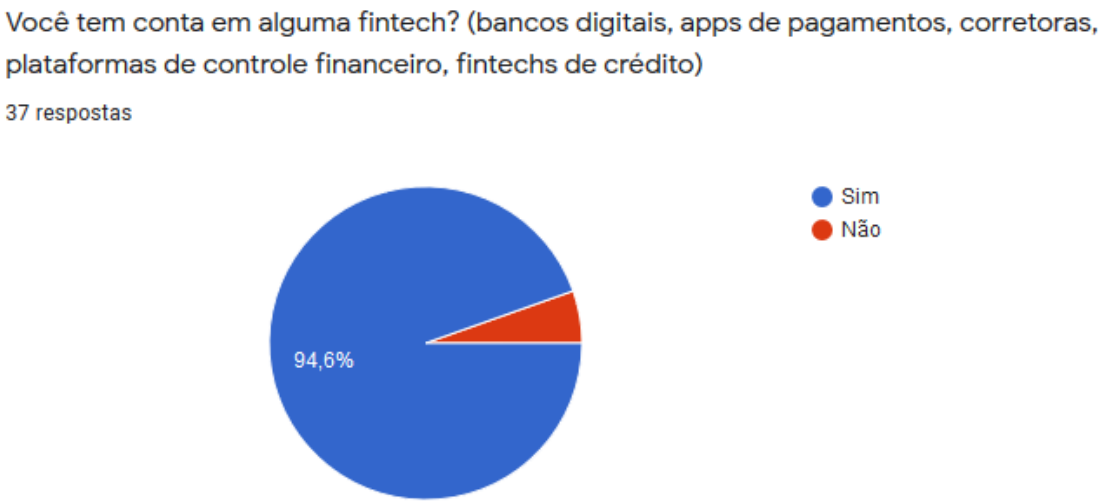
O primeiro ponto levantado foi sobre o conhecimento ou desconhecimento das pessoas em relação ao que é uma *fintech*. Dos respondentes, 67,6% disseram saber o que é uma *fintech*, 16,2% não têm certeza e 16,2% disseram não saber o que é.

Figura 4 – Conhecimento sobre *fintechs*



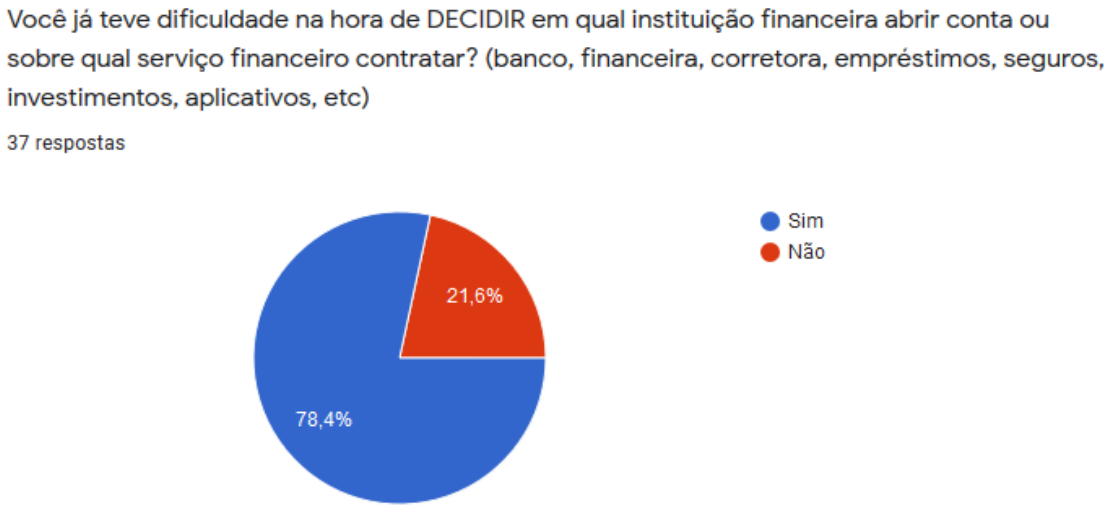
Em relação ao uso das *fintechs*, 94,6% disseram ter conta em pelo menos uma *fintech*, enquanto 5,4% disseram não ter conta em nenhuma *fintech*. Pelos que não possuem conta, os motivos levantados foram a insegurança e o fato de já estarem satisfeitos com as instituições financeiras que usam.

Figura 5 – Contas em *fintechs*



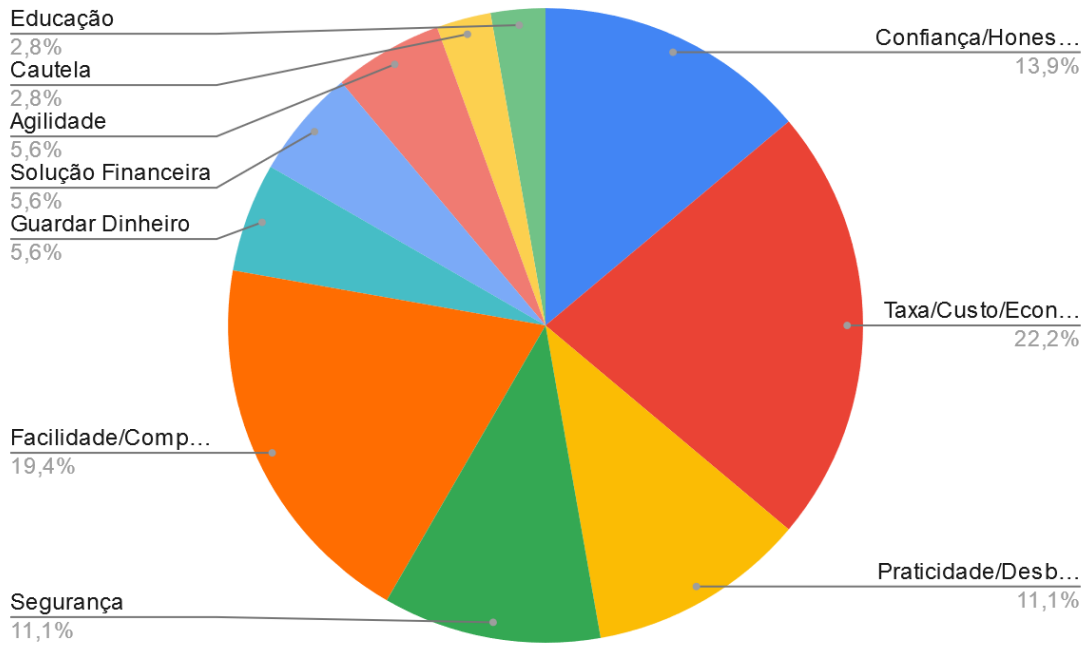
Dos respondentes, 78,4% disseram já ter tido dificuldade na hora de decidir em qual instituição financeira abrir conta ou sobre qual serviço financeiro contrata, enquanto 21,6% disseram nunca ter tido essa dificuldade.

Figura 6 – Dificuldades na decisão de instituições financeiras



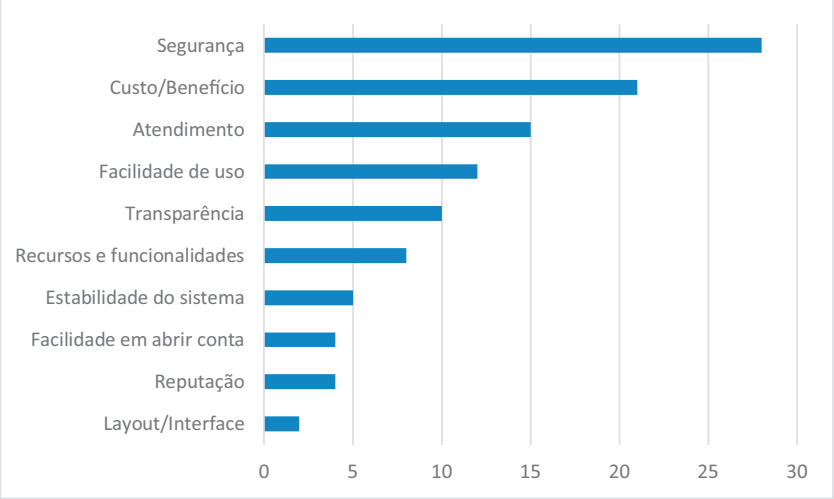
Na sequência, tivemos a pergunta "Qual é a primeira palavra que lhe vem à mente sobre suas expectativas de um serviço financeiro?".

Figura 7 – Expectativas de serviços financeiros



Também foram perguntados os atributos que as pessoas acham mais e menos importantes, com cada respondente podendo escolher até três opções.

Figura 8 – Atributos mais importantes para uma instituição financeira



Como base de comparação para os resultados obtidos em nossa pesquisa, no *Ranking* de Experiência Digital em Abertura de Conta 2019,[15] elaborado pela *fintech* Idwall, os usuários consideram a burocracia na abertura de conta e a falta de taxa como os atributos mais importantes para escolherem um banco, enquanto os rendimentos das aplicações e a tradição da instituição financeira são os atributos menos importantes.

Além disso, a mesma pesquisa mostra que o processo de abertura de conta pode ser um divisor de águas, visto que 17,3% das pessoas desistem da abertura da conta por causa de problemas técnicos do aplicativo.

Outras pesquisas sobre bancos digitais foram feitas pela Cantarino Brasileiro. Na edição de 2018,[16] os critérios que os usuários mais levam em conta para a escolha de um banco digital são taxas/economias (61%), acesso a qualquer momento (52%), transparência (43%), facilidade de acesso (26%).

Já os critérios para considerar um banco, na edição de 2019,[17] estão apresentados na Tabela 1:

Tabela 1 – Critério para considerar um banco

Critério	%
Taxas/economia	51%
Acessar a qualquer hora	38%
Saque qualquer lugar	20%
Transparência	36%
Fácil acesso	24%
Agência próxima	12%
Descomplicação	28%
Sem fila	10%
Inovador	19%

15 https://rankingonboarding.com.br/estudo-pesquisa-onboarding-bancos-digitais-idwall-2019-S2.pdf.
16 https://cantarinobrasileiro.com.br/blog/59-dos-usuarios-de-bancos-digitais-tem-ate-29-anos/.
17 https://cantarinobrasileiro.com.br/blog/cai-de-387-para-307-a-lealdade-dos-clientes-de-bancos-digitais-aponta-pesquisa/.

Em uma outra pesquisa, feita pela Akamai Technologies,[18] 33% dos entrevistados avaliam o fato de nunca terem sofrido com o vazamento de informações ser um critério de escolha de uma instituição financeira, e 57% verificaram se esta possui problemas de vazamento de informações.

3.2.1.2 Questionários

Com base nesse cenário, as perguntas para avaliação das *fintechs* dentro da Fincatch se enquadram nos seguintes critérios:

- usabilidade;
- atendimento;
- segurança;
- custo/benefício;
- avaliação geral (NPS).

Os critérios são avaliados em perguntas com notas de 1 a 5 (exceto para o NPS, que é de 0 a 10), além de um campo aberto para comentários e avaliações por texto.

A nota da *fintech* será calculada a partir algoritmo estatístico, explicado no próximo item.

3.2.2 Estatísticas

Para o *ranking*, é importante que dois aspectos sejam trabalhados do ponto de vista da estatística: a confiabilidade das respostas e o cálculo da nota. A avaliação apresentada buscará reduzir, ao máximo possível, o enviesamento.

Para a confiabilidade das respostas, é importante uma diretriz de qualidade quanto alguns pontos:

- evitar *haters* e comentários maliciosos;
- evitar *spams*;
- evitar robôs.

Para esses pontos, as ações desenvolvidas são:

- avaliação do comentário escrito;
- *login* no sistema integrado às redes sociais.

18 https://www.akamai.com.

Já em relação à apuração da nota, é importante existir um algoritmo que classifique as empresas com base em uma quantidade mínima de avaliações, para que uma empresa com uma avaliação com nota 5 não fique na frente de empresas com volumes maiores de avaliações, mas com nota menor) Para isso, em conjunto com estatísticos, estamos desenvolvendo esse algoritmo, que considerará os seguintes aspectos para o cálculo da nota:

- consistência
  - tratamento de duplicidade de avaliação (ID do usuário);
- recência
  - avaliação recente tem mais peso que as mais antigas;
- frequência
  - mínimo de avaliações para nota (sem ainda ser considerado no *ranking*),
  - mínimo de avaliações para ser considerada no *ranking*.

A nota geral é calculada por uma média ponderada das notas, em que os pesos de cada atributo serão identificados pelo algoritmo, considerando a nota do NPS. Desse modo, a nota geral refletirá não somente as notas atribuídas às questões, mas também como estas estão relacionadas com o nível de satisfação dos usuários. A vantagem desse algoritmo é permitir a identificação da importância dos atributos, uma informação que pode vir a ser interessante de ser compartilhada com as empresas avaliadas.

3.2.4 Mapeamento das *fintechs*

Uma das etapas-chave desenvolvidas no primeiro momento foi o mapeamento das *fintechs* e a divisão destas em categorias e subcategorias, para classificação no sistema.

Do ponto de vista das categorias e subcategorias, foi criada a divisão que consta na Tabela 2.

Tabela 2 – Divisão das categorias e subcategorias de *fintechs*

Categoria	Subcategoria
Gestão Empresarial	Contabilidade *on-line*
	Gestão financeira
	Suporte
	Precificação
Câmbio	Câmbio e remessa
Cartões	Crédito
	Pré-pagos
Crédito	Empresarial
	Consórcios
	Marketplace
	Empréstimos e financiamentos
Criptomoedas	Corretoras
	Investimentos
	Pagamentos
Crowdfunding	*Equity*
	Projetos
Dívidas	Negociação de dívidas
Fidelização	Benefícios para colaboradores
	Programas de fidelidade
Finanças Pessoais	Gestão pessoal
Investimentos	Corretoras
	Robôs
	Gestão de investimentos
	P2P/*Equity crowdfunding*
	Buscador/comparador
	Compra e venda de empresas
	Análises
Meios de Pagamento	Aplicativo de pagamentos
	Solução de pagamentos
Serviços Digitais	Bancos digitais
	Contas digitais
	Contas digitais empresariais
	Carteiras digitais
Seguros	Produtos e distribuição
	Serviços adicionais
	Marketplace/comparadores

Já do ponto de vista do nosso levantamento, foram utilizados outros mapeamentos, relatórios, pesquisas no Google, Linkedin e Aceleradoras. No total, até o momento, foram 620 *fintechs* levantadas.

A partir desse levantamento, foi feita a pesquisa de quais serviços e produtos a empresa oferece, quais são as taxas e custos (se houver), entre outros tópicos, para a criação das *tags*.

É importante ressaltar que algumas *fintechs* podem se encaixar em diferentes categorias, por conta das soluções que oferecem (como *fintechs* de P2P *Lending*, que oferecem crédito e investimentos).

3.2.5 Lei Geral de Proteção de Dados

Como a Fincatch terá dados de seus usuários cadastrados, valorizamos a proteção e o sigilo. Desde o primeiro momento, temos a intenção de já estarmos enquadrados na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Para isso, em conjunto com advogados, os Termos de Uso e a Política de Privacidade estão sendo elaborados, e cada funcionalidade da plataforma passa pela visão jurídica para respectiva validação.

Neste mesmo trabalho, visto que a plataforma apresenta avaliações sobre outras empresas, no caso, as *fintechs*, os termos também estão alinhados para mostrar que as notas são dadas a partir de avaliações feitas pelos usuários.

3.3 Pontos para serem trabalhados no futuro

3.3.1 Relatórios

Com base nas avaliações das *fintechs*, será criada uma base de dados que poderá gerar análises em função das categorias, perfil de público, entre outros aspectos.

Com essa base de dados, é possível gerar relatórios para o mercado e para as *fintechs*, além de serviços personalizados, visando à contribuição para a evolução destas.

3.3.2 Informações gerais sobre as *fintechs*

Além das avaliações dadas pelos usuários, a *fintech* visa ser um portal com as principais informações sobre cada solução, como serviços oferecidos, taxas e informações complementares.

3.3.3 Fincatch: autoridade

Como a Fincatch é uma plataforma para unificar informações sobre todas as *fintechs* existentes, nada melhor do que, em paralelo com as avaliações dadas pelos usuários, também existir um processo de avaliação especializado, feito pela própria Fincatch, com base na visão de especialistas.

Essas avaliações podem contribuir para o processo de decisão na escolha das *fintechs*, bem como ser uma solução a ser oferecida para as *fintechs*, com a visão de especialistas do que pode ser melhorado em cada plataforma.

Em paralelo à plataforma em si, redes sociais, com destaque para canal no YouTube e *blog*, podem ser bons canais para esse modelo de negócio.

4 Escopo do Protótipo

O protótipo a ser construído durante a fase de incubação do LIFT implementará o caso de uso 3.1.1. Avaliação das *fintechs*, crucial para todo o sistema. Em conjunto com profissionais de estatística, foi desenvolvido um algoritmo que reflete a realidade das avaliações – buscando, por exemplo, soluções para comparar uma empresa com a outra, levando em consideração não só as avaliações, mas também a quantidade de avaliações recebidas pelas empresas (e como isso deve ser refletido em sua nota).

O mesmo algoritmo também atuou para ser uma solução para o viés de individualidade das avaliações, percebendo e analisando o impacto de avaliações tendenciosas nas notas das empresas.

No caso das avaliações feitas por meio dos comentários, foi utilizado o produto AWS Comprehend, do nosso parceiro de tecnologia. Foram trabalhadas duas frentes: a) avaliação do "sentimento" compreendido no texto – se o comentário é positivo, negativo ou neutro; b) automatização da moderação dos comentários para verificar se o texto é relevante – textos que não são pertinentes não serão permitidos porque não demonstram uma avaliação da empresa (por exemplo, autopropaganda).

5 Características Inovadoras

Notamos, no mercado, dois perfis de pessoas que buscam por empresas para serviços financeiros. De um lado, aquelas que sabem o que é uma *fintech*; do outro lado, aquelas que ou não sabem o que é uma *fintech* ou têm um conhecimento muito superficial. A Fincatch quer auxiliar as escolhas dos dois lados. Para isso, inovamos ao centralizar informações relativas às *fintechs*, oferecendo uma ferramenta confiável e efetiva para familiarizar o público com um segmento que, embora em ascensão, ainda tem baixa visibilidade para uma parcela considerável da população, bem como para facilitar a escolha quanto à *fintech* que melhor satisfaz a demanda do usuário.

Para o primeiro grupo, daqueles que sabem o que é uma *fintech*, temos o aspecto facilitador da escolha. Levantamentos recentes apontam que existem aproximadamente 742 *fintechs* no Brasil. Com tantas opções, a pessoa se depara com o paradoxo da escolha. Seguindo a lógica atual, existem três caminhos: a) indicação de amigo ou especialista; b) divulgação; c) pesquisa autônoma. As indicações do amigo e do especialista podem ser enviesadas por "n" fatores, sendo eles propaganda, prévio conhecimento ou até comissionamento. Na divulgação, sabe-se que quem tem mais recursos terá mais visibilidade, e isso não se relaciona com a qualidade dos serviços prestados. No caso da pesquisa, a pessoa encontra muitas informações, com diversas fontes, em diversos lugares – ou seja, muita informação, pouca clareza, muitos caminhos. Em todos os casos, mesmo conhecendo a existência de *fintechs*, a pessoa tem dificuldade de escolher. Com a Fincatch, ela tem todas as informações em um único lugar, empresas

apresentadas em um *ranking* de acordo com avaliações reais de seus produtos e serviços – sua escolha pode ser feita de maneira fácil e consciente.

Para o segundo grupo, temos o aspecto esclarecedor. As que não sabem o que é uma *fintech* e as que têm conhecimento superficial não se sentem seguras na hora de escolher e acabam optando por empresas financeiras conhecidas. A Fincatch quer auxiliar na educação financeira, com a produção de conteúdos esclarecedores, trazendo dados e avaliações de cada empresa, com o objetivo de não só disseminar a existência de *fintechs* e seus serviços, mas também estimular a escolha consciente da melhor empresa para cada pessoa.

Em todos os casos, as pessoas, conhecendo ou não, podem encontrar uma solução na nossa plataforma. Os dados em um só lugar, as avaliações feitas por pessoas reais que utilizam e conhecem os serviços oferecidos, os serviços e produtos que cada empresa oferece, tudo isso combinado em uma plataforma única e clara. O usuário pode consultar empresas, compará-las e tomar a decisão consciente de sua escolha.

6 Contribuição para o Sistema Financeiro Nacional

Atualmente, o Sistema Financeiro Nacional (SFN) passa por uma grande transformação, em virtude do avanço da tecnologia. Em 2008, mesmo ano em que o mundo passou por uma forte recessão econômica, surgiam os movimentos *fintech* e criptomoedas.

De lá para cá, a Quarta Revolução Industrial, ou Indústria 4.0, passou a oferecer tecnologias para automação e troca de dados nas mais variadas áreas, inclusive no SFN. Tecnologias como robôs, integração de sistemas, segurança cibernética, nuvem, *big data* e *analytics* passaram a revolucionar o mundo financeiro.

Porém, apesar das tecnologias, temos do outro lado da tela os seres humanos, que, como já apresentado, são seres com racionalidade limitada e que muitas vezes funcionam a partir das emoções e do "Sistema 1" (Kahneman, Rápido e Devagar: duas formas de pensar, 2012).

Apesar dos benefícios das *fintechs* que já listamos, de acordo com uma pesquisa feita pelo Google Brasil,[19] em outubro de 2019, 41% das pessoas disseram não estar dispostas a usar um serviço de uma *fintech*. Os motivos para isso são: satisfação com o serviço bancário tradicional (40,3%), falta de conhecimento sobre as novas *startups* (18,7%), falta de entendimento sobre como os serviços funcionam (22,4%), falta de confiança nas *fintechs* (14,8%), oferta de produtos menos atrativos (3,4%).

Ou seja, podemos ver que há uma boa parcela das pessoas que ainda precisa de conhecimentos sobre a função e as funcionalidades das *fintechs* para perceberem quais benefícios estas podem gerar. E, mesmo na parcela das pessoas que se dizem satisfeitas com as instituições financeiras tradicionais, há um potencial de mudança, pois, de acordo com a mesma pesquisa do Google, os clientes das *fintechs* apresentam um índice de satisfação que chega a 78%, contra 55% das pessoas que estão nos bancos tradicionais.

19 https://valorinveste.globo.com/produtos/servicos-financeiros/noticia/2019/11/12/4-em-10-brasileiros-nao-querem-usar-servico-de-fintechs-diz-pesquisa-do-google.ghtml.

Logo, em paralelo com as tecnologias, um processo de educação e adaptação é extremamente necessário. Nessa revolução das *fintechs*, uma das grandes dificuldades das pessoas é o processo de decisão, em um universo de mais de 700 *fintechs* no Brasil.

Com isso, a Fincatch surge como uma iniciativa que busca trazer educação financeira, principalmente relacionada ao uso das *fintechs*, e facilitar no processo de escolha, com o mínimo possível de conflito de interesses.

7 Restrições

As principais restrições em relação à Fincatch são:

- usabilidade: a plataforma precisa ter boa usabilidade, de forma a fazer os usuários sentirem-se motivados a deixarem contribuição de avaliações e, sempre que precisarem de comparativos de *fintechs*, remetam-se à Fincatch como a escolha para sanar tais dúvidas;
- número de avaliações: para que a plataforma torne relevante no processo pesquisa e decisão sobre *fintechs*, é importante haver um bom número de avaliações, para que as notas reflitam a realidade da forma mais concreta possível;
- estatística da nota: como as avaliações são contínuas e as próprias *fintechs* sejam dinâmicas, as notas precisam ter uma metodologia estatística, de forma que faça com que elas sejam o menos enviesadas possível;
- monetização: formas de monetizar a plataforma

8 Conclusão

A elevada concentração bancária e o grande número de desbancarizados no Brasil, em conjunto com o avanço da tecnologia, são verdadeiros Oceanos Azuis, conceito explorado em Kim & Mauborgne (2005) para o avanço das *fintechs*. Porém, em paralelo, o grande número de opções e o baixo índice de educação financeira do brasileiro podem ser dificultadores para o processo de escolha de uma nova solução financeira.

A Fincatch vem resolver esse problema, apresentando uma plataforma no qual todas as *fintechs* disponíveis no Brasil são listadas e, mais do que isso, categorizadas e avaliadas pelos usuários. A partir dessas avaliações, são criados *rankings* para que pessoas e empresas possam ter um bom embasamento para tomar decisão no processo de escolha de uma solução financeira.

E, para ser essa referência em pesquisa e avaliações de *fintechs*, desde o momento inicial, prezamos pela construção de uma base com avaliações mais confiáveis possíveis.

O protótipo inicial possui como principal funcionalidade a avaliação, o *ranking* e a consulta de *fintechs*. Com a evolução do protótipo, percebe-se a possibilidade de expansão de novas funcionalidades e derivados, como produção de relatórios, por conta do volume de dados; uma plataforma que direciona o usuário à *fintech* que mais se aproxima do que está sendo buscado; e, claro, conteúdos exclusivos sobre o mundo das *fintechs*.

Referências

4 EM 10 BRASILEIROS NÃO QUEREM USAR SERVIÇO DE FINTECHS, DIZ PESQUISA DO GOOGLE. Disponível em: https://valorinveste.globo.com/produtos/servicos-financeiros/noticia/2019/11/12/4-em-10-brasileiros-nao-querem-usar-servico-de-fintechs-diz-pesquisa-do-google.ghtml. Acesso em: 30 set. 2020.

59% DOS USUÁRIOS DE BANCOS DIGITAIS TÊM ATÉ 29 ANOS. Disponível em: https://cantarinobrasileiro.com.br/blog/59-dos-usuarios-de-bancos-digitais-tem-ate-29-anos/. Acesso em: 30 set. 2020.

CAI DE 38,7 PARA 30,7% A LEALDADE DOS CLIENTES DE BANCOS DIGITAIS, APONTA PESQUISA. Disponível em: https://cantarinobrasileiro.com.br/blog/cai-de-387-para-307-a-lealdade-dos-clientes-de-bancos-digitais-aponta-pesquisa/. Acesso em: 30 set. 2020.

CONCEITO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL. Disponível em: https://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira-no-brasil/?doing_wp_cron=1596047507.0395429134368896484375. Acesso em: 30 set. 2020.

CORDEIRO, J. (2019). *FINTECHS E INCLUSÃO FINANCEIRA NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DELPHI.* Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

DINIZ, B. (2019). *O Fenômeno Fintech: tudo sobre o movimento que está transformando o mercado financeiro no Brasil e no mundo.* Rio de Janeiro: Alta Books.

DISTRITO FINTECH REPORT 2020. Disponível em: http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech. Acesso em: 30 set. 2020.

DISTRITO FINTECH REPORT 2020. Disponível em: http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech. Acesso em: 30 set. 2020.

DISTRITO FINTECH REPORT 2020. Disponível em: http://conteudo.distrito.me/dataminer-fintech. Acesso em: 30 set. 2020.

DISTRITO INSURTECH REPORT 2020. Disponível em: http://conteudo.distrito.me/data-miner-insurtech. Acesso em: 30 set. 2020.

FERREIRA, V. (2007). *Psicologia Econômica: origens, modelos, propostas.* São Paulo: PUC-SP. Disponível em: https://www.akamai.com. Acesso em: 30 set. 2020.

IYENGAR, S.; LEPPER, M. (2000). *When Choice is Demotivating: Can one desire too much of a good thing?*

KAHNEMAN, D. (2012). *Rápido e Devagar: duas formas de pensar.* Rio de Janeiro: Objetiva.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 263-291.

KIM, W.; MAUBORGNE, R. (2005). *A Estratégia do Oceano Azul.* Rio de Janeiro: Harvard Business Review.

MAPA DE STARTUPS. Disponível em: https://finnovation.com.br/mapa-de-startups/. Acesso em: 30 set. 2020.

PESQUISA DE ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR (PEIC) – JULHO DE 2020. Disponível em: http://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-julho-0. Acesso em: 30 set. 2020.

PISA RESULTS. Disponível em: https://www.oecd.org/pisa/publications/. Acesso em: 30 set. 2020.

RADAR FINTECHLAB 2020. Disponível em: https://fintechlab.com.br. Acesso em: 30 set. 2020.

RADAR FINTECHLAB 2020. Disponível em: https://fintechlab.com.br/index.php/2020/08/25/edicao-2020-do-radar-fintechlab-detecta-270-novas-fintechs-em-um-ano/. Acesso em: 30 set. 2020.

RAIO-X DO INVESTIDOR 2019. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2019.htm. Acesso em: 30 set. 2020.

RANKING DE EXPERIÊNCIA DIGITAL EM ABERTURA DE CONTA. Disponível em: https://rankingonboarding.com.br/estudo-pesquisa-onboarding-bancos-digitais-idwall-2019-S2.pdf. Acesso em: 30 set. 2020.

REICHHELD, F. (2003). The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*.

RELATÓRIO DE ECONOMIA BANCÁRIA 2019. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/publicacoes/relatorioeconomiabancaria/REB_2019.pdf. Acesso em: 30 set. 2020.

SCHWARTZ, B. (2004). *O Paradoxo da Escolha: Por que menos é mais*.

SIMON, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational choice. *Quartely Journal of Economics*, 99-118.

STARTUP BASE. Disponível em: https://startupbase.com.br. Acesso em: 30 set. 2020.

THALER, R.; SUNSTEIN, C. (2019). *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Objetiva.