

# **UMA ANÁLISE DOS SISTEMAS DE NEGÓCIOS DIGITAIS DAS EMPRESAS UNICÓRNIOS DO SETOR FINANCEIRO**

**Palavras-Chave:** EMPREENDEDORISMO, FINTECHS, LEAN CANVAS

**Autores/as:**

**CAROLINA DE OLIVEIRA MARINA – UNICAMP-FCA**

**Prof. Dr. EDMUNDO INÁCIO JÚNIOR (orientador) – UNICAMP-FCA**

---

## **INTRODUÇÃO:**

A inovação, diferenciação e eficiência no seu negócio, processo ou serviço prestado vem-se mostrando ser a chave do sucesso em qualquer novo empreendimento. Sendo assim, com a vinda da pandemia e medidas obrigatórias de distanciamento social, o empreendedorismo digital e tudo ligado à transformação digital do negócio teve um crescimento e ascensão considerável, que fez se destacar ainda mais startups que já existiam no digital, oferecendo a prestação de serviço. Além disso, segundo SANDER (2022) a procura e seu faturamento aumentaram consideravelmente, fazendo-as tornarem-se startups unicórnios, ou seja, aquelas que atingiram faturamento de mercado igual ou superior a US\$1 bilhão.

O objetivo da pesquisa é estudar os meios de pagamento das unicórnios digitais, sejam esses na forma ativa, de banco, gerindo seu dinheiro, como por exemplo o NuBank e Credits, ou como forma de recebimento digital por um serviço prestado, como por exemplo a plataforma QuintoAndar – intermediadora de negócios imobiliários – ou a Ebanx, meio de recebimento dos serviços prestados pela plataforma de mídias e músicas Spotify. Além disso, tal pesquisa visa coletar particularidades e pontos em comum (caso existam) de empresas unicórnios do setor financeiro, fazendo um compilado do que fizeram para ter tal valor de mercado e sucesso. Para tal, será abordado usado como base para o referencial teórico conceitos e definições como – o que é empreendedorismo, inovação, negócio digital, transformação digital.

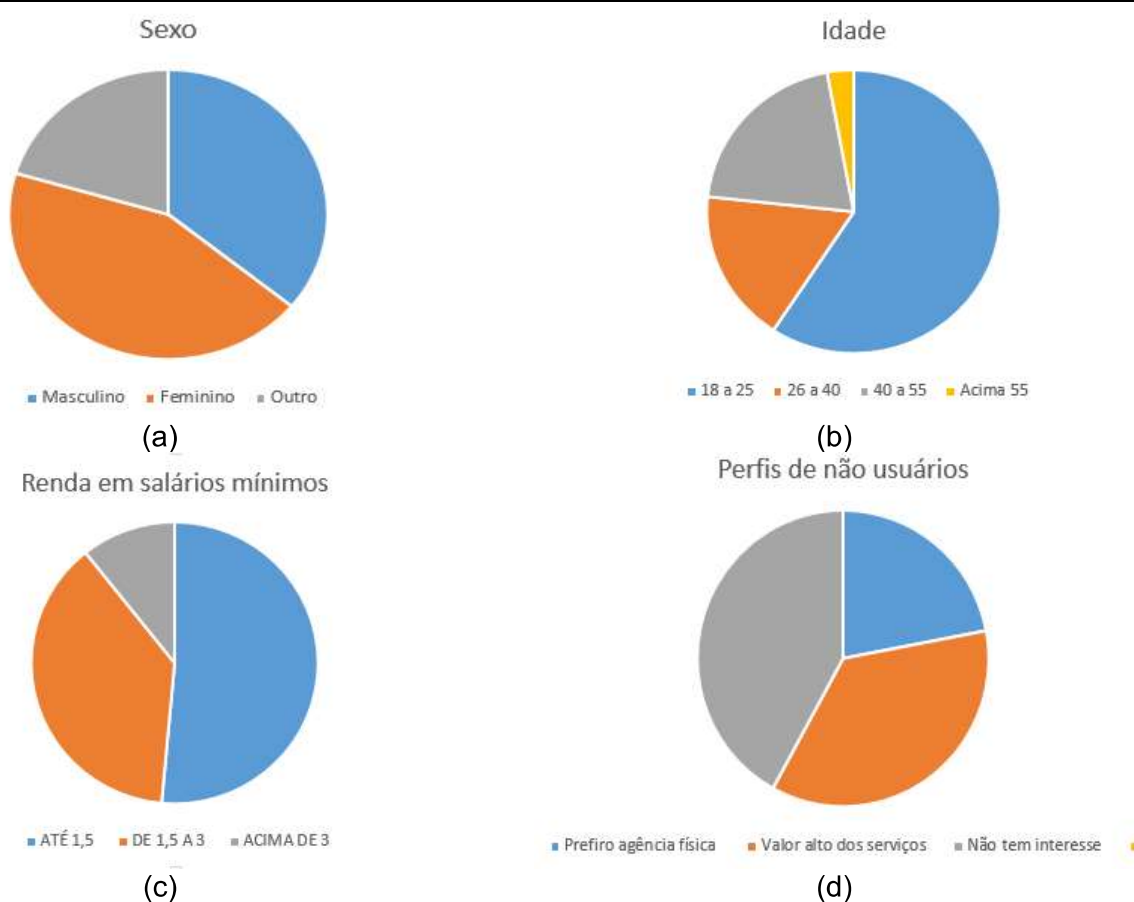
As empresas escolhidas pela aluna para pesquisa foram duas – NuBank e Ebanx. O objetivo, ao final da pesquisa, será responder a perguntas como: - O que leva um consumidor a abrir uma conta e fazer transações financeiras em um banco virtual, ao invés de agência física? O que faz o consumidor pagar por um serviço de músicas, sendo que temos alguns outros recursos com a mesma finalidade gratuitos? (Youtube por exemplo). Para tanto, será feita uma pesquisa de campo, através de formulários do Google Forms, com usuários reais de tais plataformas, de diferentes faixas etárias, dentro e fora da comunidade acadêmica.

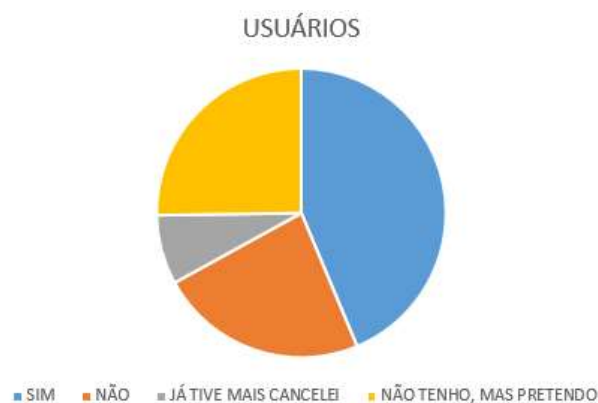
## METODOLOGIA:

A pesquisa se deu de forma quantitativa, a fim de coletar dados de usuários e não usuários de tais plataformas digitais que envolvam meios de pagamento, e o que as fazem escolher os produtos Nubank e Spotify. Para tanto, o formulário foi desenvolvido a fim de se coletar particularidades inerentes à idade, sexo, renda e perfil de usuário. O Apêndice 1 traz o formulário aplicado na pesquisa.

Tal pesquisa foi respondida por 103 pessoas, sendo eles estudantes da universidade, e população em geral das cidades de Jundiaí e Águas de Lindóia. Além da comunidade acadêmica, o questionário foi aplicado também em familiares, clientes e colegas de trabalho da pesquisadora, de ambas as cidades. Os resultados obtidos dos participantes, quanto aos dados sociodemográficos, estão apresentados nas Figuras (a) a (e) do Quadro 1.

**Quadro 1.** Dados sociodemográficos





(e)

**Fonte:** Dados primários da pesquisa. Elaborado pelos autores.

Entre as vantagens de ser cliente de um banco 100% digital, 72% das respostas giraram em torno da praticidade de resolver tudo pelo celular.

Quanto aos benefícios do uso do Spotify, 55% das respostas vieram de usuários da faixa etária de 18 a 40 anos, que aludem o valor pago a um benefício de laser e descontração à baixo custo.

## CONCLUSÕES:

Segundo os resultados coletados na amostragem feita, podemos concluir um notável crescimento e interesse de usuários do público mais jovem – de 18 a 40 anos – e de menor renda, de até 1,5 salários mínimos das plataformas financeiras digitais, o que, notarialmente, tem contribuído para a expansão e crescimento das unicórnios.

Além disso, podemos traçar um paralelo entre tal perfil de usuário – pessoas que são mais adeptas à novas tecnologias e praticidade, e que valorizam o pagamento de serviços de streaming como forma de laser. Sendo assim, seria inovador tais plataformas lançarem e investirem em serviços exclusivos para esse público, como por exemplo o Spotify que possui conta para estudantes. Notou-se uma baixa adesão entre o público da idade de 40+ e com maior renda, devido à darem preferência á serviços mais tradicionais, agências físicas e não terem o hábito de serviços pagos como forma de laser ou descontração.

Ainda nesse contexto e referenciando à outra empresa estudada, Nubank, seria de grande valia e proveito para o seu crescimento e retenção desse público a mesma investir em uma linha de crédito e investimento personalizado para o seu alto público com renda até 1,5 salários mínimos. Tal programa o diferenciaria e atrairia mais clientes com esse perfil, que iriam procurar o banco como porta de entrada para a vida financeira e seus investimentos não apenas pela praticidade – e por estarem adaptados – ao digital, mas também pelas variações de linhas de crédito e investimento para esse público.

## BIBLIOGRAFIA

de AJ da Silva Meirelles; Basseto LM. 2018. 12f. **Marketing de Relacionamento: Um estudo da Startup Nubank**. FEMA, Fundação Educacional do Município de Assis, São Paulo, 2018.

SANDER, J.O **Ebanx e a importância do modelo de negócio**.Disponível em <https://isaebrazil.com.br/o-ebanx-e-a-importancia-do-modelo-de-negocio/>. Acesso em 03/03/2022.

SCHIAVINI, M.J. **Modelos de Negócios**. SAGAH, Porto Alegre, 2020.

**O quadro de modelo de negócios: Um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios**. Apostila do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE,2013.

## Apêndice 1.

Questionário utilizado na pesquisa

---

<b><u>IDADE</u></b> <input type="checkbox"/> 18 A 25 ANOS <input type="checkbox"/> 26 A 40 ANOS <input type="checkbox"/> 40 A 55 ANOS <input type="checkbox"/> ACIMA 55 ANOS
<b><u>SEXO</u></b> <input type="checkbox"/> FEMININO <input type="checkbox"/> MASCULINO <input type="checkbox"/> OUTRO
<b><u>RENDA</u></b> <input type="checkbox"/> ATÉ 1,5 SALÁRIOS MÍNIMOS <input type="checkbox"/> DE 1,5 A 3 SALÁRIOS MÍNIMOS <input type="checkbox"/> ACIMA 3 SALÁRIOS
<b><u>POSSUI CONTA DIGITAL / APLICATIVO PAGO DE ENTRETENIMENTO SONORO – SPOTIFY</u></b> <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/> JÁ TIVEMAS CANCELEI <input type="checkbox"/> AINDA NÃO TENHO, MAS PRETENDO
<b><u>Quais vantagens possui em ser cliente de um banco 100% digital, sem agência física?</u></b>
<b><u>Quais os benefícios usufrui em pagar pelo Spotify?</u></b>
<b><u>Caso não seja usuário, por qual motivo:</u></b> <input type="checkbox"/> Prefiro agência física <input type="checkbox"/> O valor dos serviços oferecidos são altos <input type="checkbox"/> não tenho interesse

Fonte: Elaborado pelos autores.