

A Utilização de Meios de Pagamentos Eletrônicos por Universitários: um estudo do PIX

Lillian Cristiane Ribeiro Steffler, Victoria Kocourek Mendes, Mayara de Carvalho Puhle, Daiane do Amaral Ribeiro, João Antônio Bulegon Löbler, Andressa Monte de Moura, Ana Elaine Guimaraes Fabian, Kelmara Mendes Vieira, Monize Sâmara Visentini

1.INTRODUÇÃO

O sistema de pagamentos no Brasil, durante os últimos anos, passou por grandes transformações em decorrência do avanço tecnológico sofrido nas últimas décadas, sendo os meios de pagamentos tradicionais, como o cheque e o dinheiro, pouco utilizados nos dias atuais (Prado, 2019). Os novos meios de pagamento cresceram de maneira exponencial, tanto que conseguiram conceder, pela primeira vez, crédito a grupos da população que anteriormente não tinham esse direito (BCB, 2021). Surge, assim, a inclusão financeira no país, pois observou-se que muito brasileiros não são incluídos no sistema financeiro por não terem acesso as instituições financeiras por não possuírem renda ou por não terem acesso geográfico. Já entre os incluídos financeiramente, cresce o uso do Mobile Banking e de suas ferramentas.

O Mobile Banking (MB), gerenciamento das contas bancárias através do uso de dispositivos móveis (Sousa, 2018), surgiu no Brasil no ano de 2000. O uso do MB teve crescimento ampliado no ano de 2020, em decorrência da pandemia do Covid-19, em que o mundo precisou manter-se em isolamento social e precisou utilizar as tecnologias para realizar as operações básicas do dia-a-dia (Shankar & Jebarajakirthy, 2021). De acordo com dados da Febraban (2020), as transações bancárias feitas por pessoas físicas pelos canais digitais do Mobile Banking, após um mês do início da pandemia no Brasil, foram responsáveis por mais de 67% das operações representadas pelos *smartphones*.

Dentre as inovações proporcionadas aos usuários do Mobile Banking, pode-se destacar a criação do Pagamento Instantâneo Brasileiro, conhecido como PIX. O Pix foi criado pelo Banco Central do Brasil (BCB), em fevereiro de 2020, e efetivado em novembro de 2020. Seu objetivo é realizar transferências de forma rápida e fácil, sem seguir horário e dia comercial, ou seja, ele funciona 24 horas por dia, nos 365 dias do ano. De acordo com o Banco Central (2021), o Pix está disponível para todas as pessoas e empresas que possuem uma conta corrente, conta

poupança ou uma conta de pagamento pré-paga em uma das 734 instituições aprovadas pelo Banco Central. Outra característica particular do Pix é a redução da burocracia para os pagamentos, pois ele funciona através de chaves, na qual, cada usuário possui a sua, que poderá utilizar tanto para pagar quanto para receber. Além disso, as vantagens da utilizar o Pix para os usuários são várias, como a agilidade e mais comodidade, a velocidade em que tais transferências são realizadas com um tempo médio de 10 segundos por transação, a segurança com novos meios de tecnologias agregadas, como o QR code e as chaves e a gratuidade.

Para a realização de um Pix é necessário ter um *smartphone* conectado à internet, acessar o aplicativo do banco, colocar a chave Pix e o valor para assim finalizar a transferência instantânea. Com a utilização da chave no momento do pagamento não há necessidade de digitar todos os dados bancários da pessoa, pois cada chave representa uma conta bancária ou, se a pessoa quiser, pode cadastrar mais de uma chave para uma conta bancária. Cada pessoa pode fazer várias chaves Pix cadastrando seu CPF, e-mail, número de telefone ou até mesmo criar QR code. A realização do Pix pode ser feita apenas por Mobile Banking, o que garante maior segurança, mas, por outro lado, a necessidade de um *smartphone* limita a usabilidade da ferramenta, tendo em vista que o objetivo da criação do Pix que é democratizar os pagamentos.

Desde sua criação, já foram feitas mais de 290 milhões de chaves Pix até julho de 2021 (Alves, 2020). O Pix está modificando a forma com que as pessoas realizam pagamentos e transferências e isso pode ser observado neste curto prazo em que o Pix foi lançado no mercado, com o crescente número de transações mensais e que, inclusive, superaram, no primeiro trimestre de 2021, o número de transações do DOC, TED e cheque em mais de 777 mil transações e aumentando a cada mês (Alves, 2020).

A criação do Pix acarretou em mudanças no comportamento do brasileiro, não só a forma como realizam pagamentos, mas também no cotidiano já que, com a possibilidade de realizar pagamentos de forma rápida e fácil, não há mais necessidade de ir a bancos para sacar dinheiro. É notório que a inserção do Pix traz uma democratização dos meios de pagamento, possibilitando liberdade geográfica para milhares de brasileiros que conseguiram se tornar independentes de caixas eletrônicos e lotéricas para realizarem pagamentos.

O Pix necessita de tecnologias que já são utilizadas nos dias atuais: o *smartphone* e a internet, que são ferramentas muito usufruídas pelos jovens que por serem a geração que cresceu sob influência do celular. Esse cenário facilitou para que a maioria dos Pix realizados

fosse por jovens entre 20 e 29 anos (BCB, 2021) desde a inserção do Pix no mercado, ou seja, universitários, pessoas que estão ingressando no mercado de trabalho ou que brevemente irão trabalhar já tem acesso a essa ferramenta.

Assim, o objetivo dessa pesquisa é analisar a utilização do Pix pelos universitários. Busca-se compreender os motivos que os levam a utilizar esse modelo de pagamento, quais os fatores que os fazem não o utilizar e como o Pix influencia na vida desses jovens. Afinal, o cenário atual converge para o aumento do uso do Pix, devido ao isolamento social acarretado pela pandemia do Covid-19. Além disso, é importante compreender como é a relação entre os universitários e o meio de pagamento online e instantâneo, afinal essa geração tende a cada vez mais utilizar tecnologias financeiras para o gerenciamento de seus recursos.

2. MOBILE BANKING E PIX

Os Mobile Banking (MB) são uma inovação tecnológica, na medida em que permitem que os clientes efetuem transações bancárias em qualquer tempo e lugar e se utilizam das facilidades inerentes aos dispositivos móveis (Laukkanen, 2007; Jebarajakirthy & Shankar, 2021). Em comparação com outras plataformas bancárias, o mobile banking é a plataforma que consegue fornecer serviços bancários para os seus consumidores com maior onipresença (Munusamy, Annamalah & Chelliah, 2012).

As plataformas de mobile banking garantem ao consumidor um melhor aproveitamento devido à utilização do celular (Laukkanen & Kiviniemi, 2010; Munusamy, Annamalah & Chelliah, 2012), principalmente nesses últimos anos em que o uso do smartphone foi intensificado. Essa intensificação de uso garantiu, também, ao consumidor e aos bancos, uma geração de valor de mercado, já que dessa forma os bancos conseguem alcançar os clientes de faixas econômicas distintas por seu baixo valor (Shankar & Kumari, 2016). O Mobile Banking contribuiu revolucionando o setor bancário por diminuir os custos operacionais das instituições financeiras, atraindo públicos distintos e possibilitando aos consumidores agilidade nas transações bancárias, como pagamentos, TEDs, consulta de saldo e crédito (Jebarajakirthy & Shankar, 2021; Munusamy, Annamalah & Chelliah, 2012). E, mais recentemente, passou a permitir operações de pagamento instantâneo via PIX.

O Pix é definido pelo Banco Central do Brasil como o pagamento instantâneo brasileiro que foi efetivado em 16 de novembro de 2020 (BCB, 2021). Essa ferramenta de pagamento

online tem como função realizar transferências e pagamentos de no mínimo R\$0,01 todos os dias da semana e por 24 horas, funcionando através de 3 fatores: Internet, Mobile Banking e Chaves Pix. O PIX é instrumento de pagamento eletrônico que consiste basicamente na transferência de valores monetários em tempo real e de forma virtual (Silva & Cruz, 2020).

Por ser um meio de pagamento online, o Pix é caracterizado por realizar operações rápidas e de forma fácil, precisando de chaves que correspondem a uma conta específica, diminuindo a burocracia de ter que digitar todos os dados da conta que irá receber o dinheiro e, conseqüentemente, diminuindo o tempo. Devido a essas chaves, o processo do Pix garante maior segurança na transição, afinal uma chave só pode corresponder a uma única conta ou então o QR code, que tem a mesma finalidade e já é um instrumento seguro. Todas essas características incentivaram os brasileiros a adotarem esse novo meio de pagamento online, desde sua ativação dia 16 de novembro de 2020 até julho de 2021 já foram criadas o total de 1.830.490.819 chaves de acesso, como mostra na Figura 1 (BCB, 2021).

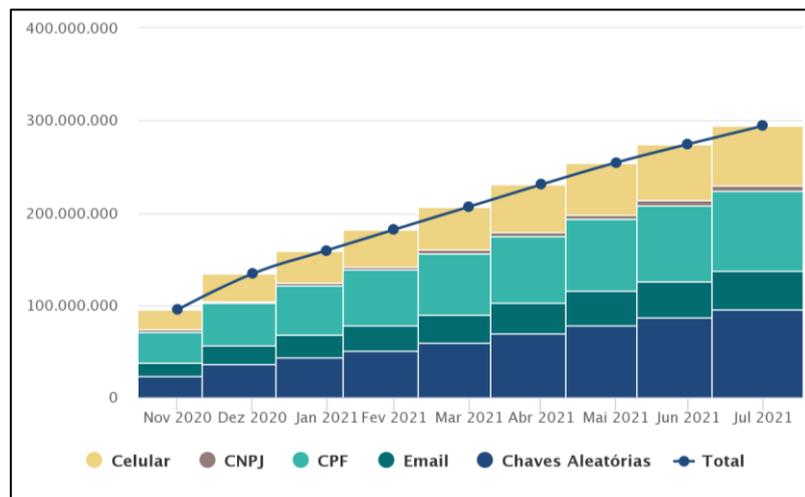


Figura 1. Quantidade de Chaves Cadastradas

Fonte: Banco Central do Brasil, 2021

Atualmente, são mais de 632 milhões de usuários cadastrados, com mais de 1.753.714.785 chaves, sendo a maior parte representada por pessoas físicas (93%). Outro fato constatado pelo Banco Central do Brasil (2021) é a relação entre a utilização do Pix e a faixa etária da população que utiliza a ferramenta, como mostra na Figura 2, na qual a maior porcentagem das idades está na faixa dos 20 a 29 anos.

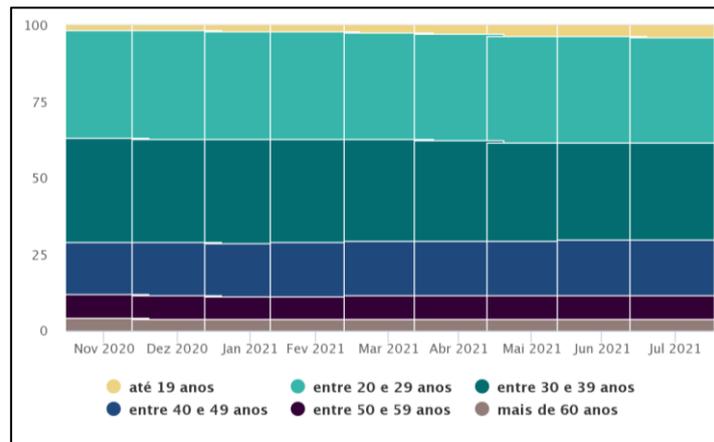


Figura 2. Distribuição Percentual das Transações

Fonte: Banco Central do Brasil, 2021

Os usuários movimentaram mais de 500 bilhões de reais, divididos em 600 milhões de transações nos primeiros meses do Pix no mercado (BCB, 2021). Esses são dados que impactam o Brasil, um país onde mais de 40 milhões de pessoas estão totalmente excluídas do sistema financeiro nacional (Santiago, Zanetoni & Vita, 2020, p.123)

A criação do PIX tem como um dos seus objetivos a ampliação da inclusão financeira. A Inclusão Financeira é o meio que possibilita o acesso, a disponibilidade e o uso do sistema financeiro para todos os cidadãos presentes em uma economia (Grohmann, Klühs & Menkhoff, 2018; Kim, Yu & Hassan, 2017; Park & Mercado Jr., 2015; Sarma, 2008). Também é considerada uma importante forma de diminuir a desigualdade social e a pobreza, tendo como intuito a contribuição para o cumprimento dos objetivos de desenvolvimento do milênio (Chibba, 2009; Hanning & Jansen, 2010).

Bader e Savoia (2013) entendem que para um sistema ser inclusivo financeiramente é necessária a utilização de serviços financeiros sustentáveis, que assegurem o equilíbrio em uma sociedade e, também, para os seus agentes econômicos, além de garantir esse mesmo equilíbrio de forma individual às três dimensões do conceito de sustentabilidade: a econômica, a social e a ambiental.

Seguindo a ideia inicial de Sarma (2008), Park e Mercado Jr. (2015) reafirmam a inclusão financeira possibilita o acesso de mais cidadãos ao sistema financeiro, mas há diferença entre excluir-se voluntariamente do sistema financeiro – aqueles que não precisam ou que a sua religião ou cultura os excluem – e ser excluído (involuntariamente) pelo mesmo

sistema – aqueles que não apresentam conhecimento financeiro e domínio das ferramentas, entre outros motivos (Park & Mercado Jr., 2015).

3.MÉTODOS

O presente estudo caracteriza-se como descritivo e baseado em uma análise quantitativa, a qual tem como objetivo obter informações precisas sobre uma população específica, a fim de mensurar um evento (Silva Junior, Galvão & Matias, 2020). Para Gil (2009), as pesquisas quantitativas possibilitam uma interrogação direta aos indivíduos com a finalidade de compreender melhor o seu comportamento, além de maximizar a homogeneidade dos dados garantindo ao estudo uma maior confiabilidade nos resultados devido ao estabelecimento de uma estrutura pré-definida.

A coleta de dados foi feita por meio da estratégia de pesquisa survey, que de acordo com Hair Jr., Anderson, Babin e Black (2010), é indicada em estudos envolvendo uma grande quantidade de indivíduos, pois possibilita compreender melhor o comportamento das pessoas e abranger um grande número de pesquisados. Na definição de Malhotra (2011), esse método tem por base o interrogatório dos participantes por meio de um questionário estruturado, com o objetivo de provocar informações específicas dos entrevistados.

O questionário utilizado para a coleta dos dados foi formado por três blocos distintos. O primeiro avalia o acesso aos bancos físicos e online. O segundo avalia a satisfação com o uso do Pix em uma escala likert de cinco pontos (1- totalmente insatisfeito e 5 totalmente satisfeito). O terceiro bloco identifica o perfil dos entrevistados, a partir de variáveis como gênero, raça, idade, estado civil, renda individual e familiar e trabalho e também sobre educação financeira.

Foi realizada uma web-survey em maio e junho de 2021 com estudantes universitários de duas universidades públicas brasileiras. Os estudantes foram convidados a participar a partir do envio do link do formulário online aos e-mails institucionais. A pesquisa foi aprovada pelo comitê de ética em pesquisa, CAEE 45258621.6.0000.5346. A amostra total foi composta por 587 instrumentos válidos.

As análises das estatísticas foram realizadas com o auxílio do SPSS®. A estatística descritiva foi utilizada a fim de caracterizar a amostra e descrever a percepção dos universitários. Para identificar diferenças de satisfação com o Pix a partir de variáveis

socioeconômicas e demográficas, aplicaram-se os testes de diferença de média (teste t) e análise de variância (ANOVA). Para averiguar as diferenças de média entre dois grupos, foi utilizado o teste t de Student, o qual compara a média de uma variável em um grupo com a média da mesma variável em outro grupo. Para esse teste tem-se como hipótese nula: “não existem diferenças significativas entre os dois grupos”. Já para variáveis com mais de dois grupos (no caso da idade, estado civil, nível de escolaridade, ocupação e renda) aplicou-se a análise de variância (ANOVA), a qual permite comparar, simultaneamente, a média de vários grupos.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Os respondentes foram maiores de 18 anos e estudantes da Universidade Federal de Santa Maria e da Universidade Federal da Fronteira Sul, campus Cerro Largo-RS, as duas universidades contemplam alunos de todas as regiões do país. A Tabela 01 apresenta o perfil dos entrevistados.

Tabela 01

Perfil dos respondentes pelas variáveis: idade, gênero, cor/raça, estado civil e curso realizado na instituição de ensino

Variáveis	Alternativas	Frequência	Porcentagem
Idade	Até 20 anos	192	32,8
	21 a 24 anos	173	29,5
	25 a 28 anos	82	14,0
	Acima de 29 anos	139	23,7
Gênero	Homem Cisgênero.	220	37,5
	Mulher Cisgênero.	314	53,5
	Homem Transgênero.	2	0,3
	Mulher Transgênero.	1	0,2
	Não Sei Responder.	10	1,7
	Prefiro Não Responder.	24	4,1
Cor ou Raça	Outro.	16	2,7
	Branca.	475	80,9
	Preta.	24	4,1
	Parda.	71	12,1
	Amarela.	1	0,2
	Indígena.	2	0,3
Estado Civil	Prefiro Não Declarar.	14	2,4
	Solteiro(a).	477	81,3
	Casado(a)/União Estável.	92	15,7
	Divorciado(a)/Desquitado(a)/Separado(a) Judicialmente.	12	2,0
	Viúvo(a).	1	0,2
	Outro.	5	0,9

Que curso você está fazendo na instituição:	Ensino Médio.	2	0,3
	Curso Tecnológico.	3	0,5
	Graduação.	458	78,0
	Especialização.	3	0,5
	Mestrado.	75	12,8
	Doutorado.	45	7,7
	Pós-doutorado.	1	0,2

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Observou-se que, quanto à idade, mais da metade dos respondentes está na faixa entre 20 e 28 anos, o que demonstra que o perfil dos entrevistados corresponde a uma população jovem. Tal fato ocorre, principalmente, em razão do questionário ter sido aplicado em uma Universidade que engloba em sua grande maioria, público desta faixa etária. A maioria dos respondentes identifica-se como mulher cisgênero (53,5%), de cor branca (80,9%) e solteira (81,3%).

Quando questionados acerca de qual curso estão fazendo na instituição onde o questionário foi aplicado, os maiores percentuais de resposta foram: “Graduação” (78%), “Mestrado” (12,8%) e “Doutorado” (7,7%), respectivamente. Na sequência, buscou-se avaliar o perfil econômico dos universitários, a partir da renda própria e familiar e dos limites de crédito. A Tabela 02 apresenta os resultados.

Tabela 02
Trabalho, renda própria e familiar dos respondentes e limite de crédito

Variáveis	Alternativas	Frequência	Porcentagem
Trabalho	Estudante (somente estuda).	269	45,8
	Bolsista (CAPES, CNPq, PIBIC, PROBIC, outras).	91	15,5
	Assalariado(a) com carteira de trabalho assinada.	73	12,4
	Assalariado(a) sem carteira de trabalho.	35	6,0
	Funcionário(a) Público(a).	64	10,9
	Desempregado(a).	15	2,6
	Outro:	40	6,8
	Renda mensal própria bruta	Até R\$1.100,00.	319
Entre R\$ 1.100,01 e R\$ 2.200,00.		118	20,1
Entre R\$ 2.200,01 e R\$ 3.300,00.		52	8,9
Entre R\$ 3.300,01 e R\$ 4.400,00.		26	4,4
Entre R\$ 4.400,01 e R\$ 5.500,00.		26	4,4
Entre R\$ 5.500,01 e R\$ 8.800,00.		22	3,7
Entre R\$ 8.800,01 e R\$ 11.000,00.		13	2,2
Renda mensal familiar bruta	Entre R\$ 11.000,01 e R\$ 22.000,00.	11	1,9
	Até R\$1.100,00.	77	13,1
	Entre R\$ 1.100,01 e R\$ 2.200,00.	110	18,7
	Entre R\$ 2.200,01 e R\$ 3.300,00.	101	17,2

	Entre R\$ 3.300,01 e R\$ 4.400,00.	70	11,9
	Entre R\$ 4.400,01 e R\$ 5.500,00.	60	10,2
	Entre R\$ 5.500,01 e R\$ 8.800,00.	72	12,3
	Entre R\$ 8.800,01 e R\$ 11.000,00.	35	6,0
	Entre R\$ 11.000,01 e R\$ 22.000,00.	39	6,6
	Acima de R\$ 22.000,00.	23	3,9
Qual o seu limite de crédito?	Não possuo limite de crédito.	182	31,0
	Até R\$1.100,00.	149	25,4
	Entre R\$ 1.100,01 e R\$ 2.200,00.	81	13,8
	Entre R\$ 2.200,01 e R\$ 3.300,00.	48	8,2
	Entre R\$ 3.300,01 e R\$ 4.400,00.	25	4,3
	Acima de R\$ 4.400,00.	102	17,4

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Quando questionados sobre suas atividades laborais, 45,8% dos respondentes afirmaram que apenas estudam. Além disso, 2,6% afirmaram estar desempregados. Quanto à parcela que trabalha, 15,5% são bolsistas na instituição, 12,4% são assalariados com carteira assinada, 6% são assalariados sem carteira de trabalho assinada e 2,6% correspondem a funcionários públicos. Tal quadro revela que mesmo somados, o percentual de indivíduos que trabalham (44,8%) não ultrapassa o somatório do percentual daqueles que somente estudam ou estão desempregados (48,4%).

Mais da metade dos respondentes (54,3%) afirmou que sua renda mensal própria bruta corresponde a até R\$1.100,00 – valor que corresponde a um salário mínimo– e apenas 1,9% dos respondentes afirmou receber entre R\$11.000,01 e R\$22.000,00. Para a renda mensal familiar bruta, as respostas foram mais variadas. De acordo com os entrevistados, 13,1% afirmou que a renda corresponde em até R\$1.100,00, 18,7% afirmaram que corresponde entre R\$ 2.200,01 e R\$ 3.300,00 e somente 3,9% relataram que suas rendas são acima de R\$ 22.000,00.

Quanto ao limite de crédito, 31% dos respondentes afirmaram que não possuem limite de crédito, 25,4% que são limitados até R\$1.100,00 e 17,4% possuem limite acima de R\$ 4.400,00. Após essa etapa, os participantes da pesquisa foram questionados sobre as formas de gerenciar seu dinheiro, a Tabela 03 apresenta os resultados obtidos.

Tabela 03
Gestão de finanças pessoais

Variáveis	Alternativas	Frequência	Porcentagem
	Ainda não tenho	81	13,8

Antes de ingressar na Instituição, você já tinha mobile banking?	Sim	295	50,3
	Não	211	35,9
Onde você MAIS aprendeu sobre como gerenciar seu dinheiro?	Em casa com a minha família.	236	40,2
	Na escola.	3	0,5
	Na faculdade.	25	4,3
	Em cursos de aperfeiçoamento.	11	1,9
	Nas conversas com os amigos.	24	4,1
	Na internet, revistas, tv ou rádio	82	14,0
	Sozinho, nas experiências ao gerenciar meu dinheiro.	196	33,4
Outro:	1	0,2	

Fonte: dados da pesquisa (2021)

A maioria dos entrevistados (50,3%) afirmou que já possuía mobile banking antes de ingressar na instituição pesquisada. O percentual de indivíduos que não possuíam o mobile banking antes de entrar na instituição (35,9%) ainda é superior àqueles que se mantêm sem utilizar (13,8%).

Na questão “Onde você mais aprendeu sobre como gerenciar seu dinheiro”, destacam-se “Em casa com a minha família.” (40,2%) e “Sozinho, nas experiências ao gerenciar meu dinheiro.” (33,4%). A alternativa “Na escola.” teve o percentual de apenas 0,5% de seleção, evidenciando uma possível lacuna na educação básica brasileira. Em seguida, buscou-se analisar o acesso a contas bancárias e quantos bancos são utilizados pelos universitários. A Tabela 04 apresenta os percentuais os resultados.

Tabela 04
Contas bancárias utilizadas pelos respondentes

Variáveis	Alternativas	Frequência	Porcentagem
Em quantos bancos você possui conta bancária?	Não possuo conta bancária.	33	5,6
	Um banco.	173	29,5
	Dois bancos.	197	33,6
	Três bancos.	102	17,4
	Quatro bancos ou mais.	82	14,0
De que maneira você MAIS acessa a sua conta bancária?	Agência bancária física (atendimento presencial).	39	7,0
	Internet banking.	62	11,2
	Banco 24horas.	2	0,4
	Aplicativo bancário.	429	77,4
	Terminais de autoatendimento.	18	3,2
	Lotéricas.	4	0,7

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Dos respondentes, 33,6% dos possui conta em dois bancos e 29,5% em um. Apenas 5,6% dos entrevistados afirmou não possuir conta bancária, demonstrando a ampla inclusão dos universitários no sistema financeiro.

Na questão “De que maneira você mais acessa a sua conta bancária?” mais da metade dos respondentes (77,4%) afirmaram que utilizam o Internet Banking. Por outro lado, somente 0,4% respondeu “Banco 24horas” e 3,2% “terminais de autoatendimento”, demonstrando a tendência de utilização de serviços online em detrimento de serviços físicos. Em seguida buscou-se analisar utilização do Pix. A Tabela 05 apresenta os resultados.

Tabela 05
Utilização e Percepção do Pix

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Você utiliza o Pix?	Não utilizo.	95	17,1
	Sim, tenho uma chave.	173	31,2
	Sim, tenho duas chaves.	134	24,2
	Sim, tenho três chaves ou mais.	152	27,4
	Facilitou Totalmente.	314	68,4
Você acredita que o PIX facilitou as suas transações bancárias?	Facilitou Muito.	123	26,8
	Facilitou Pouco.	20	4,4
	Facilitou Muito Pouco.	2	0,4
	Totalmente Seguro.	140	21,8
Você acredita que o PIX é seguro?	Seguro.	267	23,9
	Indiferente.	34	45,5
	Inseguro.	18	5,8

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Quando questionados se utilizam o PIX, 31,2% afirmaram que “Sim, tenho uma chave.”, 24,2% tem duas chaves, e apenas 17,1% dos respondentes afirmou que não utiliza o PIX. Além disso, 68,4% dos respondentes afirmam que o PIX facilitou totalmente as transações bancárias e 45,5% indicaram que se consideram indiferentes quanto a segurança do PIX.

Além dos determinantes da utilização do Pix, este estudo buscou identificar o nível de satisfação com a ferramenta. Para isso utilizou-se uma escala tipo likert de cinco pontos (Totalmente Insatisfeito, Parcialmente Insatisfeito, Indiferente, Parcialmente Satisfeito e Totalmente Satisfeito). A Figura 01 apresenta o histograma das respostas.

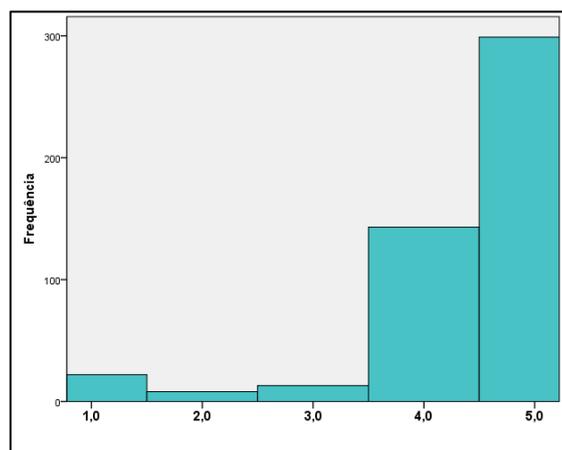


Figura 1. Histograma da Satisfação com Pix

Fonte: Resultados da pesquisa (2021).

Nota: 1- Totalmente Insatisfeito, 2- Insatisfeito, 3-Indiferente, 4-Satisfeito, 5-Totalmente Satisfeito

Dos respondentes, 54% afirmaram que se consideram totalmente satisfeitos com o serviço e 25,8% consideram-se apenas satisfeitos. Somente 4% dos entrevistados afirmou estar totalmente insatisfeito. Diante disso, pode-se observar uma grande aceitação dos serviços de PIX oferecidos pelos bancos, já que a maioria está satisfeito ou muito satisfeito com a ferramenta. Em seguida, buscou-se avaliar as formas de utilização do PIX (Tabela 06).

Tabela 06:

Formas de utilização do PIX

Alternativas	Sim		Não	
	Frequência	Percentual	Frequência	Percentual
Envio de dinheiro para amigos e familiares.	410	70,3	173	29,7
Pagamento de compras online.	211	36,2	372	63,8
Pagamento de compras físicas de produtos e serviços.	228	39,1	355	60,9
Transferências entre minhas contas bancárias.	291	49,9	292	50,1
Pagamento de contas.	224	38,4	359	61,6

Fonte: dados da pesquisa (2021)

A Tabela 6 indica que as alternativas com maior número de respostas marcadas foram: “Envio de dinheiro para amigos e familiares.” (70,3%) e “Transferências entre minhas contas bancárias” (49,9%). Além disso, mais de um terço dos entrevistados paga contas e compras físicas e online através do PIX. Tais resultados demonstram que os universitários já estão utilizando com destreza as funcionalidades da ferramenta. Finalmente, buscou-se analisar se a

satisfação com o PIX se diferencia entre os universitários, considerando-se variáveis de perfil (raça, idade) e financeiras (renda própria, familiar e limite de crédito. As Tabelas 07 e 08 apresentam os resultados, respectivamente.

Tabela 07:

Teste T da satisfação dos usuários quanto a utilização do PIX: etnia e idade

Variável	Categorias	Médias	Desvio Padrão	Teste t	
				Valor	Sig
Etnia	Branca	4,622	1,0124	0,21	0,21
	Outro	4,598	1,1885		
Idade	Até 20 anos	4,530	1,1952	-2,304	0,02
	21 a 24 anos	4,794	0,086		

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Quanto à satisfação dos usuários, em média, não foi observada diferença segundo as raças. Já para a idade, os indivíduos de até 20 anos sentem-se mais insatisfeitos com a utilização do PIX do que os de 21 a 24 anos. Na Tabela 08, tem-se a ANOVA para as variáveis financeiras.

Tabela 08:

Teste ANOVA, satisfação dos usuários quanto a utilização do PIX: renda mensal própria e familiar bruta e limite de crédito

Variáveis	Teste de Levene		Teste Anova - F Welch	
	Valores	Sig	Valores	Sig
Renda mensal própria bruta	3,474	0,02	0,07	0,98
Renda mensal familiar bruta	3,723	0,00	0,93	0,47
Qual o seu limite de crédito?	6,330	0,00	1,069	0,36

Fonte: dados da pesquisa (2021)

De acordo com teste ANOVA, pode-se observar que, em média, não há variação significativa da satisfação na utilização do PIX por parte dos respondentes, de acordo com sua renda mensal própria bruta, renda mensal familiar bruta e limite de crédito. Entre os universitários, pode-se concluir que a satisfação com a utilização do PIX é alta independentemente da situação financeira.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo buscou analisar o comportamento e a percepção dos universitários em relação ao Pix, essa nova ferramenta criada pelo Banco Central do Brasil. Através dos dados fornecidos pelo Banco Central do Brasil (2021), é evidente que a inserção do Pix no mercado trouxe mudanças no comportamento do brasileiro, já que modificou a forma que a população realiza

pagamentos, principalmente na vida dos universitários que através deste estudo mostraram-usuários e muitos satisfeitos com o Pix.

O uso do Pix associa-se diretamente com dois temas, o Mobile Banking e Inclusão Financeira, importantes tanto para os agentes do sistema financeiro quanto para a construção de políticas públicas, pois, os universitários são uma geração muito adaptada ao uso da tecnologia. No futuro, com o alcance do mercado de trabalho, essa geração deverá tomar decisões financeiras cada vez mais complexas ao longo de uma vida inteira, as quais afetarão tanto o seu bem-estar financeiro, quanto contribuirão para o crescimento e desenvolvimento do país.

Este cenário reforça a necessidade de se compreender os impactos das tecnologias financeiras digitais no cotidiano dos universitários, tendo em vista que, ao entender suas preferências e identificar as razões pelas quais estão dispostos a usar essas ferramentas, pode-se gerar valor para os diferentes stakeholders. Do ponto de vista da política pública, a implementação de tecnologias digitais financeiras pode ser uma estratégia para a ampliação da cidadania financeira, ou seja, a participação mais consciente do cidadão no sistema financeiro e o exercício de direitos e deveres que permitam gerenciar melhor seus recursos financeiros.

O Pix é uma nova tecnologia bancária que realiza pagamentos instantaneamente e que foi inserida no Brasil em 2020 (BCB, 2021), assim são poucos estudos na literatura sobre o tema, o que demonstra a inovação dessa pesquisa. Dessa forma, é importante o desenvolvimento de estudos na linha de finanças comportamentais e uso e adaptabilidade a sobre essa ferramenta. A presente pesquisa trouxe a primeira percepção do Pix sob o olhar dos universitários e incentiva a realização de novos estudos para acompanhar o comportamento dos brasileiros em relação ao Pix. Com isso, pesquisas futuras podem avançar tanto na ampliação amostral quanto na identificação de novos fatores determinantes da percepção da utilização do Pix.

REFERÊNCIAS

Apresentações, Estudos e Análises. *Febraban*, 2020. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/paginas/26/pt-br/>>. Recuperado em 10/08/2021.

- Bader, M., & Savoia, J. R. F. (2013). Logística da distribuição bancária: tendências, oportunidades e fatores para inclusão financeira. *Revista de Administração de Empresas*, 53(2), 208-215.
- Banco Central do Brasil – BCB. *Estatísticas de Pagamentos de Varejo e de Cartões no Brasil*, 2021. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estatisticas/spbadendos>>. Recuperado em 11/08/2021.
- Banco Central do Brasil - BCB. *O que é PIX?* 2021. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>>. Recuperado em 10/08/2021.
- Chibba, M. (2009). Financial inclusion, poverty reduction and the millennium development goals. *The European Journal of Development Research*, 21(2), 213-230.
- Gil, A. C. (2009). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Grohmann, A., Klühs, T., & Menkhoff, L. (2018). Does financial literacy improve financial inclusion? Cross country evidence. *World Development*, 111, 84-96.
- Hair, J. R., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analyses* (7ª ed). New Jersey: Pearson.
- Hanning, A., & Jansen, S. (2010). Financial inclusion and financial stability: Current policy issues. *Asian development bank institute*. Tokio: ADBI Working Paper Series.
- Jebarajakirthy, C., & Shankar, A. (2021). Impact of online convenience on mobile banking adoption intention: A moderated mediation approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102323.
- Kim, D. W., Yu, J. S., & Hassan, M. K. (2018). Financial inclusion and economic growth in OIC countries. *Research in International Business and Finance*, 43, 1-14
- Laukkanen, T. (2007). Measuring mobile banking customers' channel attribute preferences in service consumption (5(2), 123–138). *International Journal of Mobile Communications*.
- Laukkanen, T., & Kiviniemi, V. (2010). The role of information in mobile banking resistance. *International Journal of bank marketing*.

Malhotra, N. K. (2011). Pesquisa de Marketing: uma organização aplicada.

Munusamy, J., Annamalah, S., & Chelliah, S. (2012). A study of users and non-users of internet banking in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(4).

Park, C. Y., & Mercado Jr., R. (2015). Financial inclusion, poverty, and income inequality in developing Asia. *Asian Development Bank Economics Working Paper Series*, (426).

Prado, M. (2019). Brasileiro ainda usa cheque? Saiba o valor médio e quais as situações. 2019. Disponível em: < <https://6minutos.uol.com.br/minhas-financas/brasileiro-ainda-usa-cheque-saiba-qual-o-valor-medio-e-em-quais-situacoes/>>. Recuperado em 27/08/2021.

Santiago, M.; Zanetoni, J.; Vita, J.; Inclusão Financeira, inovação e promoção ao desenvolvimento social e econômico através do pix. *Revista Jurídica*, (0103-3506), 4(61).

Sarma, M. (2008). *Index of financial inclusion* (No. 215). Working paper.

Shankar, A., & Kumari, P. (2016). Factors affecting mobile banking adoption behavior in India. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1.

Silva Junior, V. F. S., Galvão, H. M., & Matias, N. T. (2020). Percepção do nível de satisfação com os serviços bancários. *Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia*, 4(1), 123-136.

Silva, R. A., & da Cruz, C. Q. P. (2020). O impacto do novo ecossistema democrático de pagamento instantâneo (pix) no sistema financeiro nacional. *Unisul de Fato e de Direito: revista jurídica da Universidade do Sul de Santa Catarina*, 10(21), 195-208.

Sousa, F. L. C. D. (2018). Avaliação da experiência dos usuários do aplicativo móvel Banco Itaú.