

**PERCEPÇÃO DOS CLIENTES BANCÁRIOS DIANTE DO SURGIMENTO DAS STARTUPS
DE TECNOLOGIA FINANCEIRA - FINTECHS**

ALANA DIAS DA COSTA

NATHÁLLYA ETYENNE FIGUEIRA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

PERCEPÇÃO DOS CLIENTES BANCÁRIOS DIANTE DO SURGIMENTO DAS STARTUPS DE TECNOLOGIA FINANCEIRA - *FINTECHS*

1 INTRODUÇÃO

O acesso as informações pelos canais eletrônicos e uma geração totalmente digital são fatores que influenciam mudanças em diversos setores do mercado. O avanço tecnológico nos últimos anos tem proporcionado diversas inovações em produtos e serviços, melhorando cada vez mais a experiência dos consumidores, em particular o setor bancário, que trouxe mais agilidade através de aplicativos nas plataformas digitais (BARBOSA, 2018).

Com esses avanços surgiram novos nomes no mercado, como as *fintechs*, *startups* do ramo financeiro, que revolucionaram o mercado oferecendo serviços similares aos bancários de uma forma mais simples e digital, e também mais baratos, desburocratizando processos, economizando tempo e melhorando a vida do cliente, através de aplicativos nos smartphones (BARBOSA, 2018).

Diante desse novo cenário, os bancos que antes já vinham buscando a digitalização, se viram forçados a melhorar e criar estratégias para não perderem seus clientes para as *startups*, buscando rapidamente se adequar à nova geração de usuários que preferem novidades que melhorem de fato o cotidiano e acrescente uma nova experiência de consumo.

O surgimento dessas empresas causou mudanças no setor bancário já existente, tornando os serviços mais ágeis e acessíveis. A forma que a sociedade vem levando a sério a educação financeira, tem demonstrado maior atenção na contratação de qualquer serviço bancário. O tema escolhido é tendência no mercado financeiro, é relevante a discussão dos impactos que surgiram através do advento das *fintechs*. São empresas inovadoras, e que buscam melhorar a experiência de consumo de seus usuários através de medidas simples.

2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Com o surgimento das *fintechs*, os clientes ganharam maior poder de barganha, e conseguem fazer com que o mercado se adeque aos mais variados perfis, oferecendo cada vez mais vantagens na contratação de novos produtos similares aos bancários, com taxas menores, sem precisar de porta giratória, nem de tempo de fila para efetuar um pagamento. Pequenos detalhes que vieram para revolucionar e de fato melhorar a vida do cliente.

Diante do exposto, o problema de pesquisa é: qual a percepção dos clientes bancários diante do surgimento das *startups* de tecnologia financeiras – *fintechs*? Para responder a tal questionamento, o estudo tem como objetivo identificar a percepção dos clientes bancários diante do surgimento das *startups* de tecnologia financeira - *fintechs*. E também analisar a situação dos bancos tradicionais, além de definir a *fintech* mais influente no Brasil.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Sistema Financeiro Nacional – SFN

Segundo o Banco Central do Brasil (2019), o Sistema Financeiro Nacional é composto por um conjunto de entidades e instituições financeiras que promovem a intermediação de recursos entre agentes superavitários e os deficitários, tendo como resultado um crescimento da atividade econômica. Foi estruturado e regulado pela Lei nº 4.595/64, que criou o Conselho Monetário Nacional e o Banco Central do Brasil.

De acordo com Assaf Neto (2012), o Sistema Financeiro Nacional pode ser dividido em duas partes distintas: subsistema de supervisão e subsistema operativo. O subsistema de

supervisão se responsabiliza por fazer regras para que se definam parâmetros para transferência de recursos entre uma parte e outra, além de supervisionar o funcionamento de instituições que façam atividade de intermediação monetária. O subsistema operativo, também chamado de intermediação, é composto por todas as demais instituições financeiras, monetárias ou não, oficiais ou não, como também demais instituições auxiliares, responsáveis, entre outras atribuições, pelas intermediações de recursos entre poupadores e tomadores ou pela prestação de serviços.

Nesse contexto está introduzido o maior órgão do SFN, o Conselho Monetário Nacional, que foi instituído pela Lei 4.595, de 31 de dezembro de 1964, é o órgão responsável por expedir diretrizes gerais para o bom funcionamento do SFN. Dentre suas funções estão: adaptar o volume dos meios de pagamento às reais necessidades da economia; regular o valor interno e externo da moeda e o equilíbrio do balanço de pagamentos; orientar a aplicação dos recursos das instituições financeiras; propiciar o aperfeiçoamento das instituições e dos instrumentos financeiros; dentre outras (BANCO CENTRAL, 2019).

O Banco Central do Brasil (BCB), autarquia federal integrante do Sistema Financeiro Nacional, foi criado em 31/12/1964, com a promulgação da Lei nº 4.595. A missão do BCB é assegurar a estabilidade do poder de compra da moeda e um sistema financeiro sólido e eficiente. No exercício das suas diversas funções, o BCB, por sua atuação autônoma, pela qualidade dos seus produtos e serviços e pela competência dos seus servidores, é uma instituição essencial à estabilidade econômica e financeira, indispensável ao desenvolvimento sustentável e à melhor distribuição de renda no Brasil (BANCO CENTRAL, 2019).

No Brasil, todas as empresas que atuam no setor financeiro precisam seguir as regras estabelecidas pelo Banco Central – sejam elas *fintechs* ou grandes bancos. Para verificar a veracidade de uma empresa, basta consultar o banco de dados do Banco Central.

2.2 Mercado Bancário

Os bancos tradicionais sempre estiveram em lugar de destaque na economia, pois eles têm um papel muito importante no sistema financeiro, são eles que asseguram o sistema de pagamento, e por meio deles muitas pessoas tem acesso ao microcrédito, onde é possível fomentar a economia local. Sem os mesmos, não haveria uma estruturação na circulação da moeda, e da intermediação financeira, como também uma política de crédito para o desenvolvimento do mercado, bens e serviços (ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS, 2019).

De acordo com Fortuna (2010), a retrospectiva histórica dos bancos é subdivida em três fases: o banco tradicional; fase intermediária e o banco atual. Na primeira delas, a tradicional, as atividades primordiais eram fortemente operacionais, com a realização de empréstimos e depósitos, o atendimento ao público era essencial e eram realizados de forma muito particular, ao fundo das agências.

Na fase intermediária foi criada a SUMOC – Superintendência da Moeda e do Crédito – a fim de exercer o papel de controlador do mercado monetário, visto que o mesmo possuía na época um sistema de fiscalização falho. Nessa fase houve uma percepção de oportunidades de negócios e capacidade de administração deste setor, e assim, mais de 500 matrizes bancárias começaram suas atividades no território brasileiro.

E por último, a fase do banco atual é esta que vivemos hoje, com intensa valorização de tecnologias e diversificação de produtos e serviços oferecidos, intensa digitalização e centralização do cliente à frente dos negócios (FERREIRA *et al.* 2017).

A função de um banco tradicional se baseia essencialmente na concessão de créditos e na possibilidade de conceder empréstimos em troca de retorno. Darolles (2016) afirmam que a importância dos bancos para a economia dos países se deve à forma inovadora com que tais

instituições conseguem oferecer diversos produtos e serviços em uma mesma estrutura, e buscando diversificar ainda mais as maneiras de servir o cliente. Por outro lado, a revolução tecnológica fez com que os serviços financeiros oferecidos pelos bancos, pudessem ser utilizados pelos usuários/clientes nos seus próprios celulares, facilitando todo o processo.

2.3 Fintechs

Com o aumento da tecnologia, muitos setores do mercado tiveram mudanças, não seria diferente no setor financeiro, onde as empresas desbravadoras com um novo horizonte tecnológico vêm se moldando aos novos perfis dos clientes, e com forte marketing digital (FEBRABAN, 2016).

A competição intensa que resulta em maior qualidade e eficiência, aliada à crise financeira que atingiu o mundo em 2008 gerou um importante movimento rumo à facilitação das transações financeiras. A expansão mundial de tecnologias ocasionou o aumento da globalização dos fluxos de capital e o acesso às informações, como também o aumento da quantidade de organizações que atuam no mercado financeiro, facilitando a criação de novos produtos e serviços para atender a novas demandas do consumidor do século XXI, como as chamadas *fintechs* (JAVAWARDHENA; FOLEY, 2000).

Segundo o site FintechLab (2016), *Fintechs* são definidas como:

São iniciativas que aliam tecnologia e serviços financeiros trazendo inovações para pessoas e empresas. Isso se reflete em: melhores jornadas de utilização de produtos e serviços que trazem melhores experiências de uso; geração de inteligência a partir de volumes inimagináveis de dados e do conhecimento coletivo para otimizar as decisões; e integração dos diferentes elos do mercado de maneira muito mais eficiente, com menos falhas operacionais, aumentando a velocidade de transações e reduzindo custos.

Esses avanços se dão pelo fato de que no Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em que divulgou os resultados da pesquisa Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), em dezembro de 2018, onde mostrou que pela primeira vez praticamente dois terços da população do país (69,8%) possuem conexão com a internet. E também mostrou que 97% das pessoas que acessam a internet utilizam através de *smartphones*. Consequentemente, tornou-se mais fácil acessar diversos serviços na palma da mão, e as *startups* financeiras têm se aproveitado muito bem desse benefício para chegar ao público de forma inovadora e simples.

Essas empresas chegaram no mercado com o objetivo de romper paradigmas, diminuindo o tempo de espera em filas e trazer uma evasão para tantos processos burocráticos encontrados nas agências bancárias, e facilitar o acesso ao crédito e outros serviços financeiros (FINNOVATION, 2017).

De acordo com a Finnovation (2018), as *fintechs* são consideradas por muitos uma ameaça aos bancos tradicionais que estão a tantos anos no mercado, e no Brasil já existem mais de quatrocentas *fintechs* classificadas em 16 segmentos, como Pagamentos e Remessas, Gestão Financeira Empresarial, Crédito, *Crowdfunding* e *Wealth Management*, entre outros.

E a área que aponta maior crescimento é a de bancos digitais, como exemplo: o banco Inter, Neon e Agibank, mas o segmento das empresas de meio de pagamento, ganharam maior destaque com o cartão Nubank e a Nuconta, que revolucionaram o mercado oferecendo cartões sem anuidades e contas sem tarifas. Trazendo concorrência ao setor bancário e promovendo mudanças que beneficiam o cliente final (FERREIRA *et al.* 2018).

Em função do crescimento das *fintechs*, o marketing tem sido peça fundamental para a conquista de clientes, pois os mesmos passam a observar essas empresas como parceiras, e inovadoras, sendo essas *startups* referência no público que busca aliar a tecnologia a segurança e facilidade nas transações financeiras (FEBRABAN, 2016).

3 METODOLOGIA

Essa pesquisa é considerada de natureza quantitativa. Fonseca (2002) sustenta que a abordagem de cunho quantitativa trabalha os dados buscando quantificar, tendo como base a objetividade e refletir o retrato da população estudada. Em relação a abordagem do problema, a pesquisa pode ser considerada como exploratória e descritiva, que segundo Gil (2008) a pesquisa exploratória busca descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Esse método permitiu investigar como surgiu a atividade financeira e descrever como são realizadas, como também a associação da tecnologia aos avanços de *startups* no mercado financeiro, e a pesquisa descritiva segundo Trivinos (1987), busca descrever fatos e fenômenos de determinada realidade a qual está proposta (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

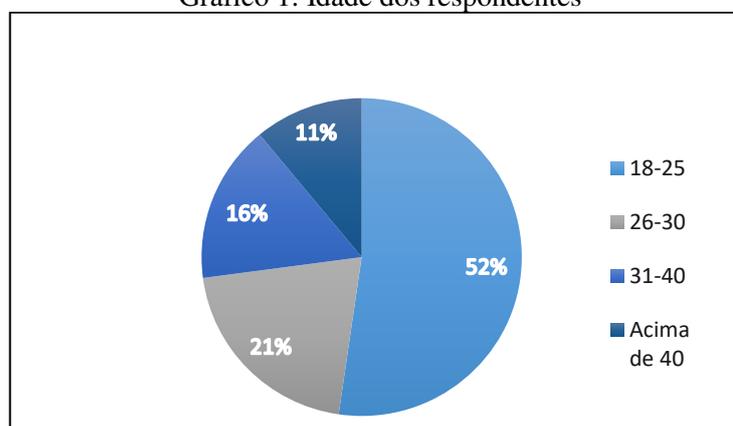
Para alcançar os objetivos propostos pela pesquisa, foi necessário a aplicação de questionários no *Google Forms*, com o intuito de conhecer a percepção dos usuários e clientes de bancos e *fintechs*. O questionário foi composto por questões utilizando a escala de *likert* de 1 a 5, onde 1 é discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

A amostra foi obtida por conveniência, de modo que se definiu um período de 15 dias para que as pessoas pudessem responder o questionário. Ao final do período de coleta, a amostra foi composta por 218 respondentes. Para análise dos resultados utilizou-se gráficos, frequências (quantidades) e estatísticas descritivas, como média, mediana e desvio-padrão.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para caracterizar o perfil dos respondentes foram perguntadas questões relativas à idade, gênero, renda, quais *fintechs* o cliente conhecia, qual delas ele era cliente, e em qual banco ele possuía conta. A amostra foi composta de 218 respondentes. A partir disso o Gráfico 1 apresenta os resultados referente a idade.

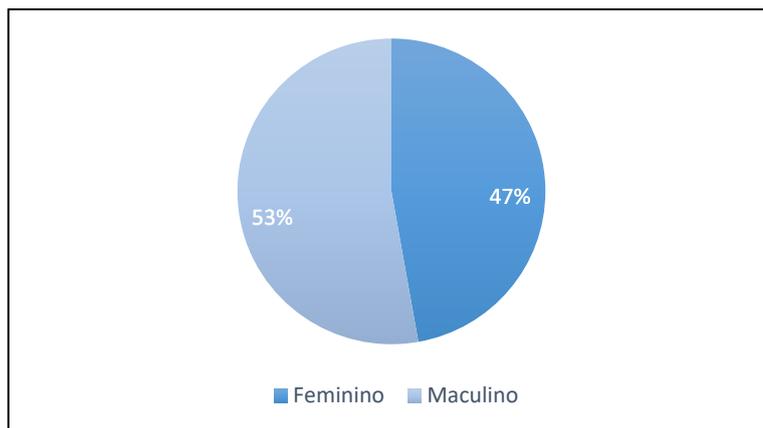
Gráfico 1: Idade dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Observa-se que 52,3% dos respondentes estão entre 18 e 25 anos, 20,6% estão entre 26 e 30 anos, 16,1% estão entre 31 a 40 anos e 11% estão classificados acima de 40 anos. Percebe-se que o público respondente é em sua maioria jovens. Isso pode ser explicado pelo fato dessas pessoas utilizarem mais recursos tecnológicos do que pessoas mais velhas, que de certa forma ainda têm barreiras e resistências em relação a uso de tecnologia para transações financeiras. O Gráfico 2 apresenta os resultados referentes ao gênero:

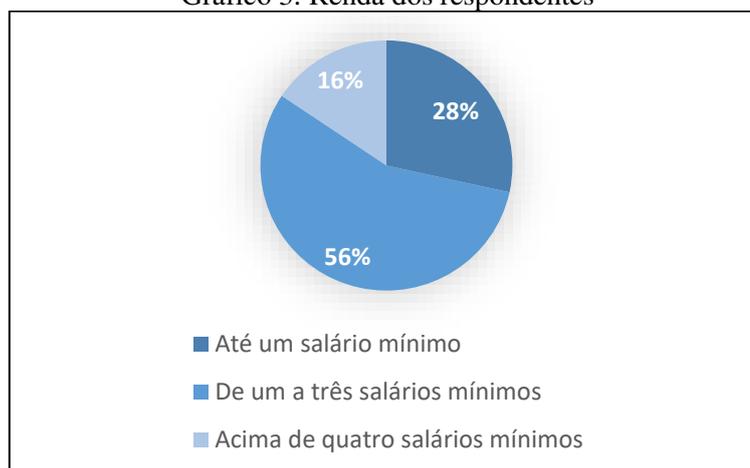
Gráfico 2: Gênero dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Referente ao gênero, percebe-se que houve uma similaridade, a diferença entre os gêneros foi pequena diante da amostragem, com isso identifica-se que a tecnologia ganhou espaço entre homens e mulheres, e que o público feminino por tem conquistado um espaço cada vez mais igualitário na sociedade. O Gráfico 3 apresenta os resultados referente a renda dos respondentes:

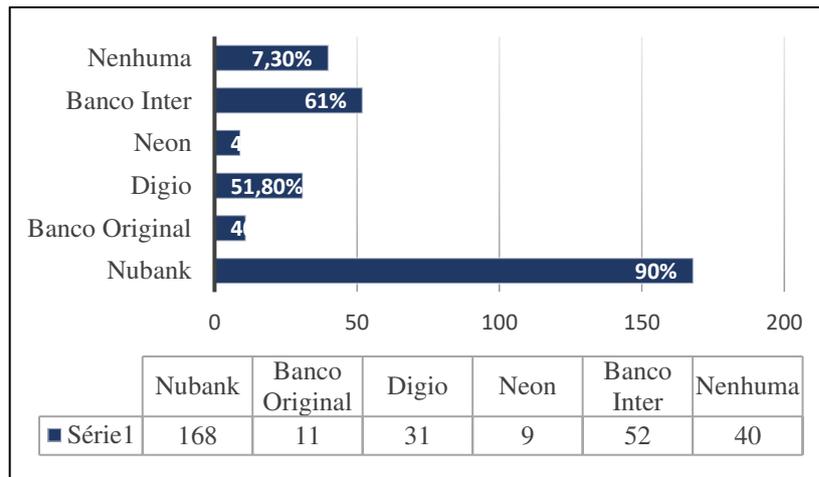
Gráfico 3: Renda dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Segundo o que se apresenta no Gráfico 3, a maioria dos respondentes possui renda entre um a três salários mínimos, que é uma média de salários pagos atualmente no mercado. O Gráfico 4 apresenta qual a *fintech* mais conhecida pelos respondentes.

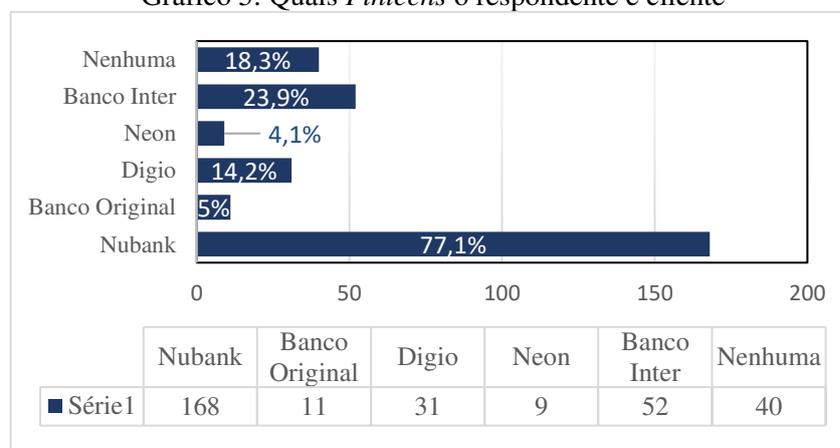
Gráfico 4: *Fintechs* mais conhecidas



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Quando perguntado qual *fintech* o respondente mais conhecia, 90% dos respondentes afirmaram conhecer o Nubank, uma das *startup's* pioneira no segmento financeiro, por seu marketing intenso, que segundo o blog Nubank, se tornou a maior do Brasil, possuindo mais de 5 milhões de clientes do cartão de crédito roxinho, referência da marca, que foi eleito o cartão preferido dos brasileiros, pela pesquisa de CardMonitor e do Instituto Medida Certa (2019). Observa-se também que o tema está ganhando maior proporção, pois apenas 7,3% dos respondentes declararam não conhecer nenhuma, que é um resultado pequeno diante de um tema tão recente. O Gráfico 5 apresenta qual a *fintech* o respondente é cliente:

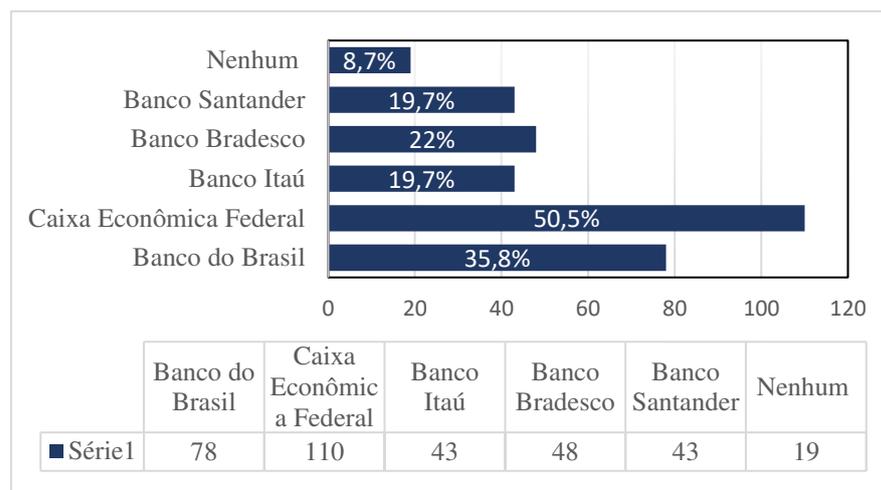
Gráfico 5: Quais *Fintechs* o respondente é cliente



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Referente a *fintech* que o respondente é cliente, o Nubank novamente se destaca com 77,1% (168) dos respondentes, indo ao encontro da ideia de FERREIRA *et al.* 2018, onde argumentam que empresas financeiras do tipo *startups* vieram de fato para revolucionar e melhorar a experiência dos clientes, com taxas mais atrativas, e custos menores do que nos bancos. Esse resultado demonstra que as *fintechs* se apresentam como um segmento em ascensão, pela eficiência nas transações e pela comodidade que oferece. Ainda na análise do perfil dos respondentes, o Gráfico 6 apresenta o banco no qual o respondente tem conta:

Gráfico 6: Bancos que o respondente é cliente.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que quando se trata de bancos, o resultado foi diversificado, destacando-se a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil, que juntos formam 86,6% (188) da amostra total, e pode estar atrelado a localização, pois são instituições que possuem mais agências e correspondentes, e também são mais antigos no mercado, além de serem os principais bancos públicos brasileiros. No tocante aos bancos privados, o Banco Bradesco se destacou, com 22% (48) dos respondentes, porém muito próximo dos demais bancos privados, Santander e Itaú, ambos com 19,7% (43), que são semelhantes em taxas e ofertas de produtos.

A seguir apresentam-se os resultados referentes as perguntas específicas do questionário utilizado. A Tabela 1 exibe as estatísticas descritivas das afirmações. Para tanto, calculou-se média, mediana e desvio-padrão. Os resultados podem também serem observados nos gráficos de barras apresentados a seguir. As afirmações podem ser visualizadas no Apêndice A.

Tabela 1: Estatísticas descritivas das perguntas específicas

	Média	Mediana	Desvio - padrão
Afirmação 1	4,61	5,00	0,79
Afirmação 2	4,36	5,00	0,92
Afirmação 3	3,73	4,00	1,09
Afirmação 4	2,30	2,00	1,23
Afirmação 5	4,50	5,00	0,88
Afirmação 6	4,54	5,00	0,78
Afirmação 7	4,67	5,00	0,75
Afirmação 8	4,08	4,00	1,06
Afirmação 9	4,07	4,00	1,11
Afirmação 10	3,92	4,00	1,23
Afirmação 11	4,25	5,00	1,04

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

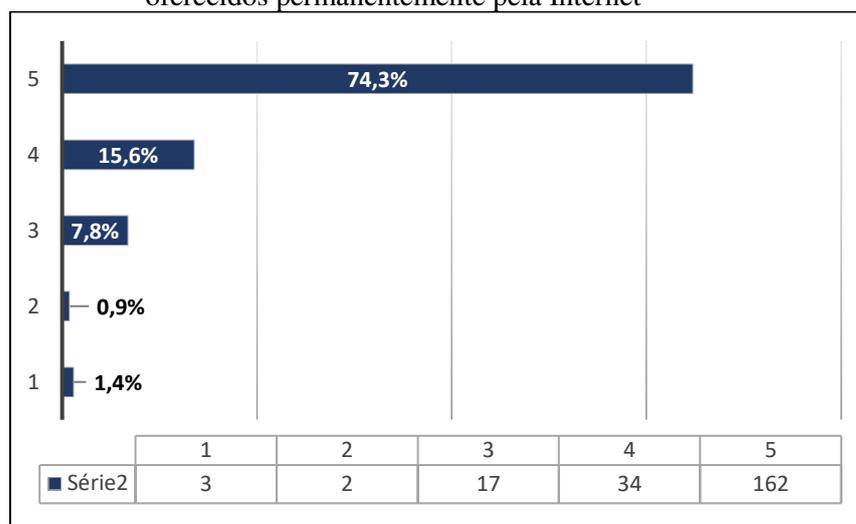
De acordo com a Tabela 1, observa-se que algumas perguntas se destacaram, como a Pergunta 7 que teve uma média de respostas de 4,67, onde os respondentes concordam de parcial a totalmente sobre a afirmação de que os bancos que não ampliem sua infraestrutura tecnológica a fim de trazer melhorias, perderão clientes. É uma perspectiva muito positiva, pois vai ao encontro ao pensamento de Barbosa (2018), que afirma que os crescimentos dos bancos estão atrelados aos investimentos tecnológicos.

Percebe-se que a maioria das afirmações que ficaram com a nota acima de 4, a mediana das respostas ficou entre 4 e 5, demonstrando que os respondentes concordaram com a

perspectiva que foi apresentada. A Afirmação 3, obteve uma média de 3,73 onde pode-se afirmar que houve uma neutralidade por parte dos respondentes, quando afirmado sobre a segurança de manusear a conta bancária pelo aplicativo, já na Afirmação 4, observa-se uma média de 2,30, pois a maioria dos respondentes discordaram que os bancos tradicionais deixarão de oferecer atendimento presencial.

Com relação a medida Desvio Padrão, percebe-se que as afirmações apresentaram baixa variação, demonstrando que a média foi uma medida eficiente. Destaca-se a afirmação 7 com menor desvio padrão de 0,75 e as afirmações 4 e 10 com o desvio de 1,23. Percebe-se que não houve grande dispersão nas respostas. A seguir estão apresentados os gráficos com os resultados das 11 afirmações. O Gráfico 7 apresenta o detalhamento das respostas da Afirmação 1:

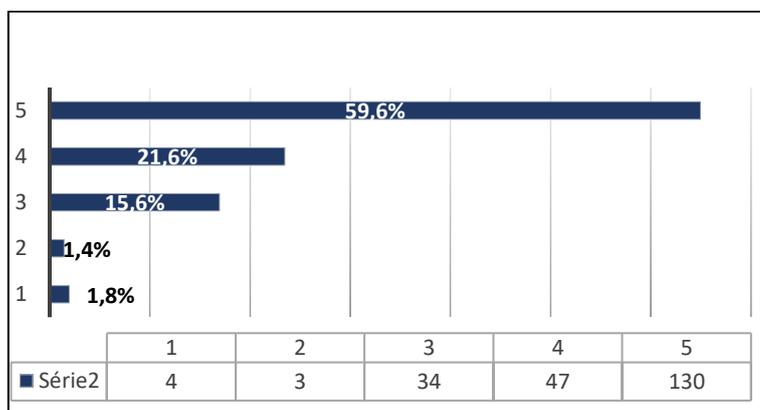
Gráfico 7: O futuro cliente bancário almeja rapidez, atendimento exclusivo e serviços oferecidos permanentemente pela Internet



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na Afirmação 1, percebe-se que os respondentes em 74,3% (162) concordaram que os bancos devem oferecer um atendimento com rapidez e agilidade, proporcionando para os clientes uma melhor experiência, além de oferecer atendimento exclusivo e serviços que possam estar permanentemente pela internet, que são modelos já utilizados pelas *fintechs*, empresas que são essencialmente online, e que prestam seus serviços via aplicativos, desburocratizando e inovando o mercado financeiro. Esse é um fator que faz com que essas empresas se destaquem no segmento em que estão inseridas. O Gráfico 8 apresenta o detalhamento das respostas a Afirmação 2 que também obteve média acima de 4.

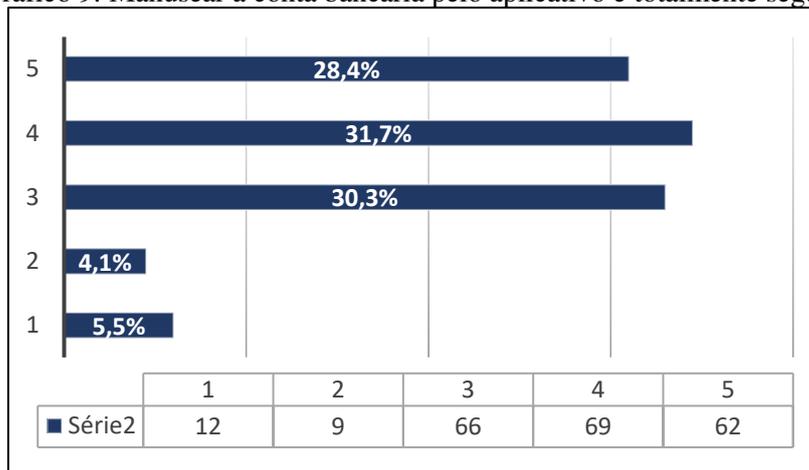
Gráfico 8: Os bancos devem utilizar, cada vez mais, as redes sociais para atingir seus clientes.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 2, quando afirmado que os bancos devem utilizar as redes sociais para atingir seus clientes, os respondentes concordaram em sua maioria. Visto que essa digitalização já vem acontecendo, é necessário intensificar cada vez mais, pois os usuários estão buscando facilidades, menos burocracia e agilidade nas transações e a comunicação com os clientes deve ser intensa, utilizando com estratégia as redes sociais que interligam milhares de pessoas, que compartilham diversas informações por segundo. Isto tem se mostrado tão eficaz quanto propagandas em TV, ou similares. O Gráfico 9 apresenta o detalhamento das respostas da afirmação 3:

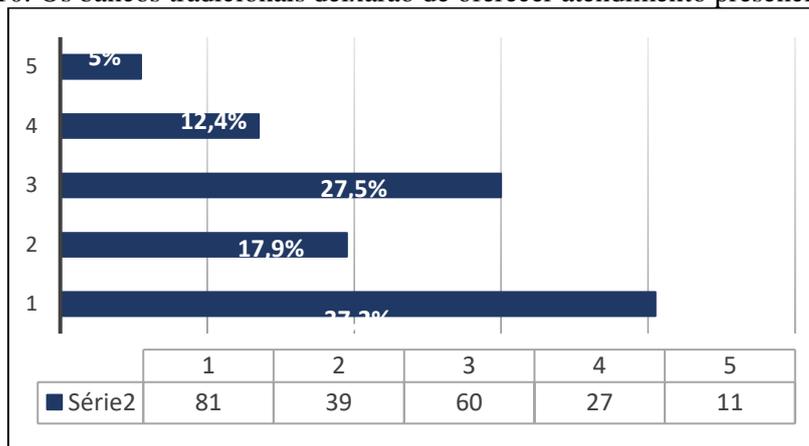
Gráfico 9: Manusear a conta bancária pelo aplicativo é totalmente seguro.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Percebe-se que na afirmação 3, 30,3% (66) dos respondentes se colocaram na posição de neutros quando afirmado que utilizar a conta bancária pelo aplicativo é totalmente seguro, e com isso avalia-se que é um reflexo de uma sociedade que ainda não confia totalmente em serviços digitais ou tecnológicos, sendo até mesmo uma contradição a Afirmação 7, onde 79,4% (173) dos respondentes concordaram que os bancos precisam ampliar suas tecnologias, onde pode-se concluir que uma parte dos usuários preferem manusear o aplicativo porém, ainda não acreditam que é 100% seguro. O Gráfico 10 apresenta o detalhamento da Afirmação 4:

Gráfico 10: Os bancos tradicionais deixarão de oferecer atendimento presencial.



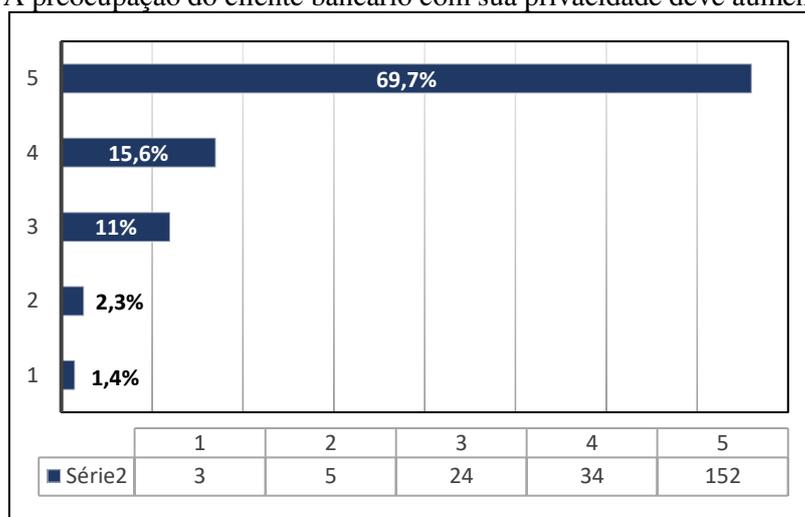
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na Afirmação 4, percebe-se que a maioria do público respondente discorda parcialmente a totalmente em relação a afirmação de que os bancos tradicionais deixarão de oferecer atendimento presencial, confirmando a ideia da Frebaban (2016), que enfatiza que o papel dos bancos tradicionais no sistema financeiro está longe de acabar, na realidade os

mesmos estão evoluindo com o surgimento de novas tecnologias e buscando se adequar ao novo perfil de cliente que está surgindo.

Com a criação de novas plataformas, os bancos respondem a chegada das *fintechs* ao Brasil, com a necessidade de mudança para não perder mercado. Como exemplo, pode-se citar o Banco Itaú (2019), que anunciou o lançamento do aplicativo Iti que se propõe a ser a “plataforma sem barreiras”, segundo Márcio Schettini, diretor-geral do banco de varejo Itaú Unibanco. Vem com intuito de concorrer com as *fintechs* e atuará, inicialmente, como forma de pagamento e deve evoluir para outros serviços financeiros, traz inovações como a utilização de serviços sem ser necessário conta em banco. O Gráfico 11 exibe os resultados para a afirmação 5:

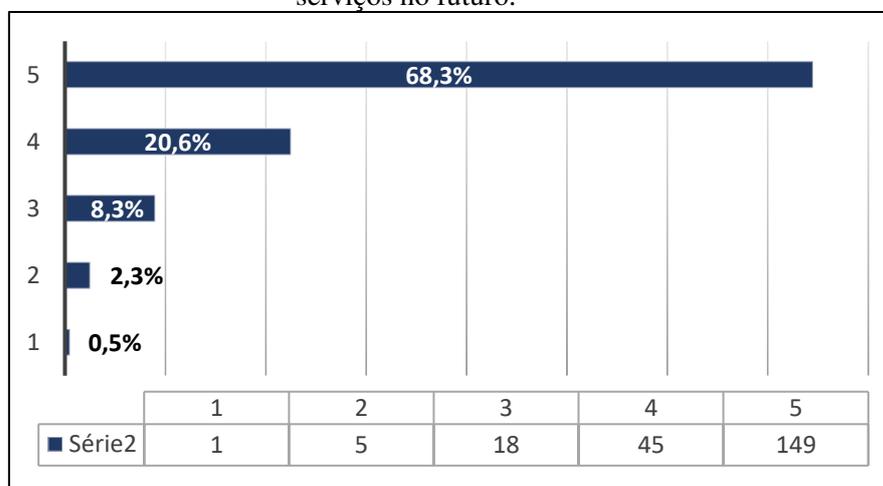
Gráfico 11: A preocupação do cliente bancário com sua privacidade deve aumentar no futuro.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 5, pode-se analisar no Gráfico 10, que 69,7% (152) dos respondentes concordam totalmente que a preocupação com a privacidade é um assunto que deve ser tratado com atenção, pois é uma perspectiva que deve aumentar no futuro, diante de tantos lançamentos tecnológicos e digitais e o acesso a diversos serviços financeiros que atualmente estão na palma da mão, a segurança quanto a privacidade dos dados são aspectos que tendem a ser uma necessidade mais demandada pelos clientes dessas instituições financeiras futuramente. O Gráfico 12 demonstra o resultado obtido para a afirmação 6:

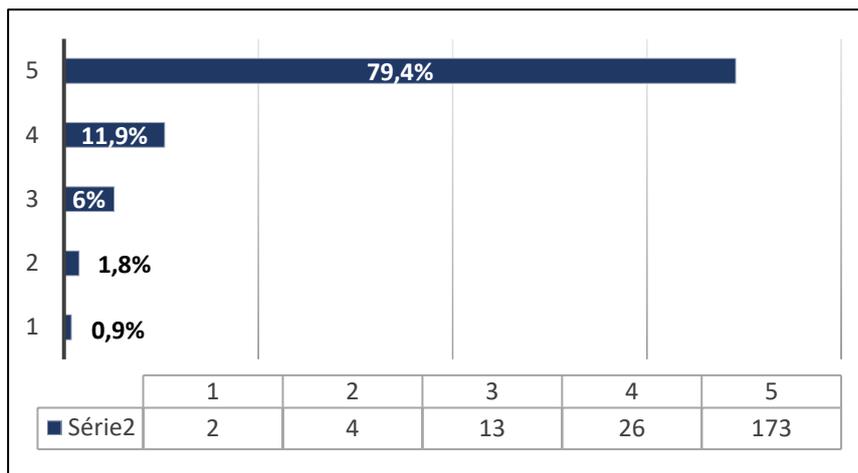
Gráfico 12: Os bancos devem facilitar o acesso da população (bancarização) a seus produtos e serviços no futuro.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Percebe-se que na afirmação 6, 68,3% (149) dos respondentes concordaram totalmente quando afirmado que deve existir uma facilitação por parte dos bancos ao acesso de seus produtos e serviços no futuro, visto que esse aspecto já evoluiu muito nos últimos anos com a chegada do *internet banking*, que permitiu aos usuários realizar transações e contratar diversos serviços e produtos de qualquer lugar que tivesse acesso a conta, porém, muitos processos ainda são burocráticos e não permitem o cliente resolver pelo aplicativo ou site da instituição financeira. Pode-se afirmar que é algo a ser ainda mais desenvolvido por parte dos bancos na perspectiva dos clientes. O Gráfico 13 a seguir, demonstra as respostas à afirmação 7:

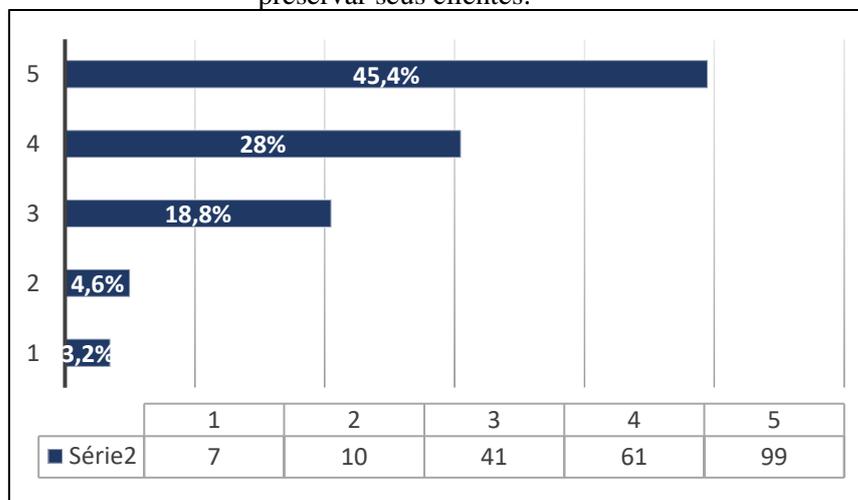
Afirmação 7: Os bancos que não ampliarem sua infraestrutura tecnológica a fim de trazer melhorias, perderão clientes.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na Afirmação 7, a qual obteve maior média, constata-se que 79,4% (173) dos respondentes concordam que os bancos devem ampliar sua infraestrutura tecnológica para não perderem seus clientes, confirmando a ideia exibida no *Finnovation* (2017), visto que muitos desses usuários estão em busca de facilidades, menos burocracias e de tecnologias que viabilizem o acesso ao crédito e aos demais serviços financeiros, sendo de extrema importância o aperfeiçoamento dos mesmos para que os bancos não fiquem em segundo plano quando o assunto for inovação. O Gráfico 14 exhibe as informações para a afirmação 8:

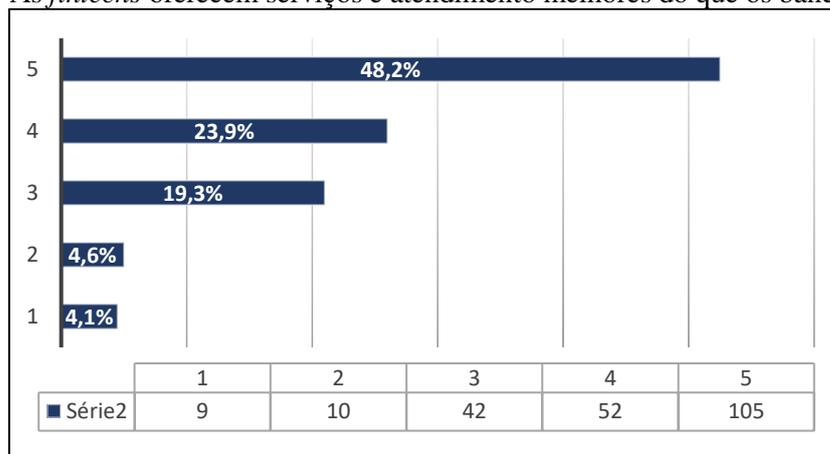
Gráfico 14: Os bancos tradicionais devem trabalhar com base no modelo de *fintechs* para preservar seus clientes.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 8, apesar de ainda ser um assunto recente, observa-se que 45,4% (99) dos respondentes concordam totalmente quando afirmado que os bancos devem trabalhar com base no modelo das *fintechs* para não perder seus clientes, indo ao encontro da ideia da FEBRABAN (2016), onde foi afirmado que para isso acontecer, muitas mudanças devem ocorrer no mercado, pois essas *startups* trabalham com menos custos e forte marketing digital, sendo consideradas empresas desbravadoras e que em pouco tempo foram capazes de conquistar diversos clientes, principalmente o público jovem, sendo esse um dos desafios dos atuais bancos tradicionais, onde apesar de grande estrutura ainda não conseguem corresponder totalmente as expectativas dos clientes. Merece destacar também a Afirmação 9, que o Gráfico 15 apresenta o detalhamento das respostas.

Gráfico 15: As *fintechs* oferecem serviços e atendimento melhores do que os bancos.

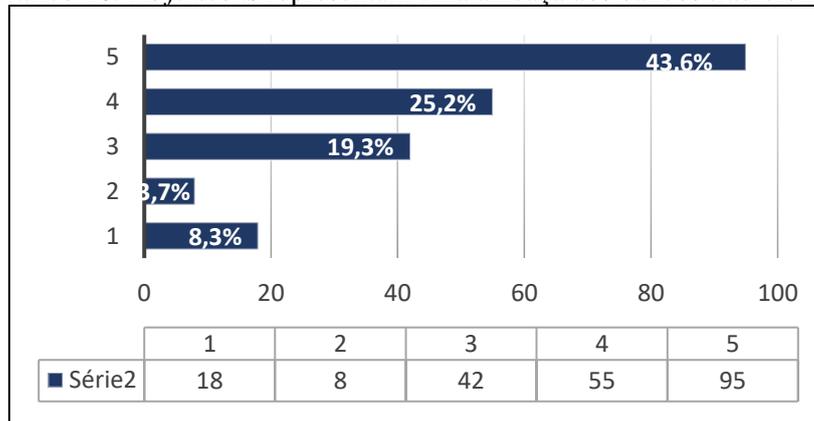


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 9, observa-se que 72,1% (157) dos respondentes, concordam de parcialmente a totalmente que as *fintechs* oferecem serviços e atendimento melhores do que os bancos, que vai ao encontro do pensamento de FERREIRA *et al.* (2018), onde sustenta que essas empresas vieram para agregar valor aos clientes, promovendo mudanças que beneficiaram seus usuários.

Apesar de serem empresas muito novas, trouxeram com elas uma nova forma de utilizar serviços financeiros e de atendimento aos clientes, com interação via *chat* nos aplicativos, e resoluções de demandas sem a necessidade de comparecimento a agências, que atualmente é uma das demandas mais solicitadas pelos clientes, conseguir resolver seus problemas financeiros sem necessariamente sair de casa, por exemplo. E sim, já podem se considerar empresas que causaram grandes mudanças no setor financeiro, rompendo paradigmas e quebrando antigos protocolos burocráticos. No Gráfico 16 é apresentado o detalhamento da afirmação 10.

Gráfico 16: As *fintechs* representam uma ameaça aos bancos tradicionais.

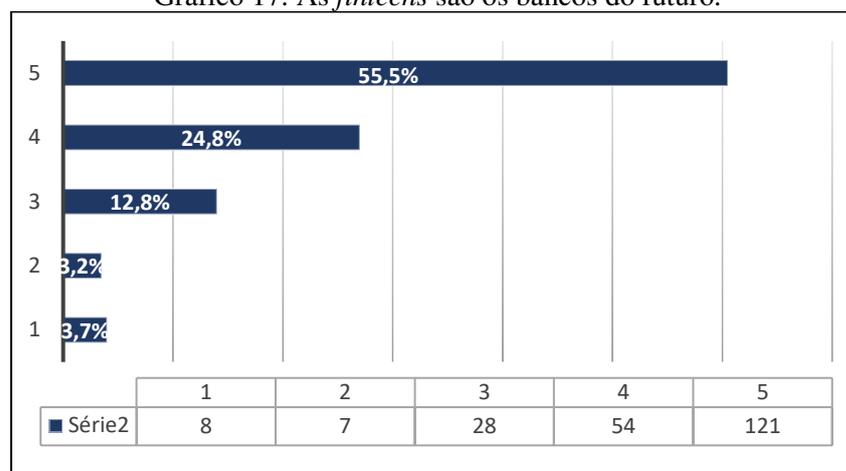


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 10, 68,8% (150) dos respondentes concordaram de parcialmente a totalmente que as *fintechs* são uma ameaça aos bancos tradicionais, onde confirma a ideia que foi apresentada no *Finnovation* (2018), que enfatiza que o surgimento dessas empresas, apesar de ser muito recente, já são consideradas como uma evolução do mercado financeiro, caracterizando-as como uma ameaça aos bancos tradicionais brasileiros.

Mesmo com o fato dos bancos não demonstrarem que identificam essas empresas como ameaças, as mudanças dos mesmos para assemelhar-se a elas têm mostrado o contrário, são muitos esforços para não perder parcela de mercado, e quem tem de fato ganhado com isso são os usuários, que percebem uma maior adequação aos mais variados perfis de clientes. Por fim, o Gráfico 17 que apresenta o detalhamento da Afirmação 11.

Gráfico 17: As *fintechs* são os bancos do futuro.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na afirmação 11, 80,3% (175) dos respondentes concordaram de parcialmente a totalmente com a perspectiva apresentada, que as *fintechs* são os bancos do futuro. Apesar de ser um resultado um tanto que prematuro, pode-se perceber que o público respondente consegue identificar que a proposta dessas *startups* foi de fato inovadora, e conseguiu agradar grande parte da sociedade, que mesmo com grandes instituições financeiras consolidadas no mercado, tem se mostrado numa linha de crescimento contínua, e recebido diversos seguidores não só os usuários, como também aqueles que se interessam em ser e ainda não obtiveram o convite ou aceitação de linhas de crédito.

De maneira geral, percebe-se que a *fintech* que mais se destacou foi o Nubank. Este tem sido considerado um grande concorrente dos bancos já consolidados no mercado, e tem gerado uma grande onda de satisfação pela qualidade de serviços e produtos prestados pela empresa. Destaca-se também, que os respondentes, sendo em sua maioria um público jovem, concordam que essas empresas, atualmente, prestam um atendimento com mais qualidade e rapidez que os bancos, e que os mesmos devem assemelhar-se as *fintechs* caso não queiram perder clientes.

Os desafios dos bancos tradicionais diante dessas mudanças no mercado financeiro, são as adequações aos novos perfis de clientes que preferem modelos de atendimento personalizado sem necessariamente ser presencial, e que possua a mesma qualidade nos serviços e produtos que são atualmente oferecidos pelos mesmos, com ênfase na divulgação e transparência pelas redes sociais, e exclusividade na oferta de produtos com taxas menores e serviços menos burocráticos.

5 CONCLUSÃO/CONTRIBUIÇÃO

Neste estudo, pretendeu-se trabalhar a temática das *fintechs* que vem transformando o mercado financeiro com uma nova forma de interação com os clientes e ofertas de novos

produtos mais atrativos para os usuários, utilizando como vantagem competitiva os serviços tecnológicos, que conseguem passar para o cliente mais agilidade e comodidade nas operações.

O objetivo desta pesquisa foi identificar a percepção dos clientes bancários diante do surgimento das *startups* de tecnologia financeira - *fintechs* e também analisar a situação dos bancos tradicionais, como também definir a *fintech* mais influente no Brasil. Percebeu-se que os usuários concordam em sua maioria que o modelo de negócio das *fintechs* são mais eficientes, permitindo mais agilidade, embora ainda não se sintam totalmente seguros em utilizar seus dados em meios digitais. Discordaram quando afirmado que os bancos deixarão de oferecer atendimento presencial, sendo um aspecto ainda necessário atualmente.

Se destacou o Nubank, que surgiu como uma das *fintechs* pioneiras no mercado brasileiro, e já possui milhares de clientes utilizando seus serviços e muitos também na fila de espera para desfrutar dos mesmos. Houve concordância quando afirmado que as *fintechs* são os bancos do futuro, demonstrando que o público respondente prefere o modelo inovador proposto pelas mesmas, sendo um fator preocupante para os bancos tradicionais atuais, que precisam se adequar para não perder parcela de mercado.

De modo geral, esse trabalho contribuiu para uma análise mais detalhada sobre os perfis dos usuários dessas *fintechs*, como também contribuiu com a literatura, por se tratar de uma pesquisa exploratória, é um tema recente e que ainda não houve muitos resultados acadêmicos.

Em estudos futuros, a pesquisa poderia aprofundar o uso consciente do crédito, e como a aceleração do crescimento das *fintechs* no Brasil impactam o mercado de bancário, trazendo desafios e evoluções dos bancos atuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCORSI, André. **O banco do futuro: perspectivas e desafios**. Revista de Administração, v. 49, n. 1, p. 205-216, 2014.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FINTECHS. **Quem somos**. 2017. Disponível em: <https://www.abfintechs.com.br/sobre>. Acesso em: 30 mai. 2019.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS. **A Apb**. 2019. Disponível em: http://www.apb.pt/a_apb/associacao_portuguesa_de_bancos/. Acesso em: 19 de abril de 2019.

BARBOSA, Roberto Rodrigues. **Fintechs: a atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro**. 2018. p. 129. Dissertação. (Mestrado profissional em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018. [Orientador: Paulo Antônio Zawislak].

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Concentração Bancária, Lucratividade e Risco Sistêmico: Uma abordagem de contágio indireto. In: _____. **Banco Central do Brasil: Relatório de Economia Bancária e Crédito 2008**. Brasília, 2008. p. 49-61. Disponível em: http://www.bcb.gov.br/pec/depep/spread/REBC_2011.pdf. Acesso em: 30 abr. 2019.

BASEADOS, Os Novos Modelos de Negócio. **O advento das fintechs**. 2018. p. 163 Tese de Doutorado - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018. [Orientador: Adriano Proença].

COSTA, A. F. **Colírio Mnemônico: assinaturas visuais e o papel da linguagem publicitária na construção de seus significados**. Dissertação (Mestrado em comunicação e semiótica) – PUC/SP. São Paulo. 2017.

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

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS - FEBRABAN. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2016**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/Relatorio%20-%20Pesquisa%20FEBRABAN%20de%20Tecnologia%20Banc%C3%A1ria%202015.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2019.

_____. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2015**. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/Relatorio%20-%20Pesquisa%20FEBRABAN%20de%20Tecnologia%20Banc%C3%A1ria%202015.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2019.

FERREIRA, Caroline Agostinho et al. Novas evoluções do mercado de crédito: Uma análise sobre as Fintechs. **Revista de Iniciação Científica da Universidade Vale do Rio Verde**, v. 9, n. 1, 2018.

FINTECHLAB. **Report FintechLab. 2016**. São Paulo. Disponível em: <<https://confirmsubscription.com/h/i/6CC85594AB4D31B3>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

FORTUNA, E. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014.

FONSECA, C. E. C; CORREA, C. E; MEIRELLES, F. **Tecnologia bancária no Brasil: uma história de conquistas, uma visão de futuro**. FGV ERA. Coordenação: Sonia Penteado. São Paulo. 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, v. 5, n. 61, p. 16-17, 2002.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Plageder, 2009.

JAYAWARDHENA, C.; FOLEY, P. Changes in the banking sector—the case of Internet banking in the UK. **Internet Research**, v. 10, n. 1, p. 19-31, 2000.

SILVA, Sheldon William et al. O sistema financeiro nacional brasileiro: contexto, estrutura e evolução. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, v. 14, n. 1, p. 1015-1029, 2016.

TOLEDO FILHO, Jorge Ribeiro. **Mercado de capitais brasileiro: uma introdução**. Thomson Learning, 2006.

VIANNA, F. R. P.; BARROS, L. L. S. **Fintechs e bancos tradicionais: parceria ou competição?** 2018.

APÊNDICE A

AFIRMAÇÕES DO QUESTIONÁRIO – TABELA 1

OBS: os respondentes marcaram as respostas utilizando uma escala de 1 a 5, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

- 1 - O futuro cliente bancário almeja rapidez, atendimento exclusivo e serviços oferecidos permanentemente pela Internet, quer sejam nacionais, quer sejam internacionais.
- 2 - Os bancos devem utilizar, cada vez mais, as redes sociais para atingir seus clientes.
- 3 - Manusear a conta bancária pelo aplicativo é totalmente seguro.
- 4 - Os bancos tradicionais deixarão de oferecer atendimento presencial.
- 5 - A preocupação do cliente bancário com sua privacidade deve aumentar no futuro.
- 6 - Os bancos devem facilitar o acesso da população (bancarização) a seus produtos e serviços no futuro.
- 7 - Os bancos que não ampliarem sua infraestrutura tecnológica a fim de trazer melhorias, perderão clientes.
- 8 - Os bancos tradicionais devem trabalhar com base no modelo de fintchs para preservar seus clientes.
- 9 - As fintechs oferecem serviços e atendimento melhores do que os bancos.
- 10 - As fintechs representam uma ameaça aos bancos tradicionais.
- 11 - As fintechs são os bancos do futuro.