

Área Temática: EMPSI Empreendedorismo, startups e inovação.

Título: INCLUSÃO DIGITAL E FINANCEIRA SOB A PERSPECTIVA DO PRAGMATISMO DAS FINTECHS NO BRASIL.

Resumo

Em virtude da expansão das Fintechs nos últimos anos, o presente trabalho buscou analisar qual o impacto do aumento ecossistema destas *startups* no Brasil e a influência deste aumento na inclusão digital e financeira de indivíduos e em empresas. Para isso, foram analisadas as produções científicas mais recentes sobre o tema e dados quantitativos em entidades de referência, entre os anos de 2015 e 2019. Após análise, averiguou-se que há a possibilidade de se favorecer o acesso ao crédito às empresas por meio de iniciativas como as Fintechs, e que a digitalização das operações bancárias impulsionam às instituições a se adaptarem à esta tendência tendo em vista a manutenção de seus serviços no mercado financeiro. Conclui-se que em virtude deste crescimento será inevitável a expansão da inclusão digital no Brasil e as empresas do setor financeiro que não se anteciparem a este fenômeno terão dificuldades em manter seu percentual de mercado.

Palavras-chaves: Fintechs; Inclusão Digital; Inclusão Financeira.

Abstract

Due to the expressive expansion of Fintechs in recent years, the present work sought to analyze the impact of the ecosystem of these startups in Brazil, justifying the need to understand this issue in view of the disruptions caused in the national financial system and its role in economic development. The most recent scientific productions on the subject and quantitative data were analyzed in reference entities, between the years 2015 and 2019, in relation to the evolution of these initiatives, the advancement of internet access and the use of mobile devices, as well as volume of digital banking transactions and the country's financial inclusion index. After analysis, it was found that there is a possibility of favoring access to credit for companies through initiatives such as Fintechs, and that the digitalization of banking operations drives institutions to adapt to this trend with a view to maintaining their services in the financial market.

Keywords: Fintechs; Digital inclusion; Financial Inclusion.

1. Introdução

A origem dos bancos está diretamente ligada a origem do dinheiro, mais especificamente com a necessidade de guardá-lo em segurança. Os primeiros bancos como conhecemos atualmente foram respectivamente reconhecidos oficialmente, na Suécia em 1656; na Inglaterra em 1694; na França em 1700 e no Brasil em 1808 (GONÇALVEZ, 1984).

De Paula (2014) infere que as instituições bancárias são responsáveis por financiar grande parte do comércio. Quando os bancos passam a conceder mais crédito impulsionam a economia gerando impactos que vão desde o aumento direto do Produto Interno Bruto (PIB) até a redução do nível de desemprego. E o mesmo ocorre inversamente, caso este movimento seja de retrai-lo devido a um alto risco de mercado, que pode incluir o aumento na taxa de inadimplência até instabilidades político-econômicas (DE PAULA, 2014).

Estudos indicam que as instituições financeiras chancelam sua importância a partir da capacidade de proporcionar o desenvolvimento econômico de uma região (SILVA e PORTO 2006; DUBENA e SÉLLOS-KNOERR 2014; JAYME JR, MISSIO e HERMETO 2015; ARAUJO 2018). Na década de 90 a inovação era mencionada como peça fundamental para este desenvolvimento, que está diretamente ligada a necessidade do crédito que possibilitará sua implementação (SCHUMPETER, 1997).

Neste contexto, conforme o mercado financeiro concede crédito para que projetos impactem o desenvolvimento de uma região, é percebido que o crédito voltado para inovação está sendo mais direcionado para ações que impactem o próprio sistema financeiro. Tais inovações vêm ao longo dos anos gerando mudanças na estrutura e no funcionamento destas instituições, os bancos (BARROSO, 2018).

Segundo a consultoria a Deloitte e a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN (2018), foram identificadas inovações que por meio de tecnologias disruptivas impactam o setor bancário, colaboram para seu desenvolvimento tecnológico e configuram riscos ao seu ecossistema atual. Sendo a atuação das fintechs um dos principais motores deste processo. Isso inclui pagamentos e transferências online (PayPal), empréstimos e financiamentos (*Crowdfunding*) e o uso da tecnologia *blockchain*.

De acordo com a Associação Brasileira de Fintechs - ABFintechs (2018), as fintechs são startups que aplicam tecnologia de ponta e desenvolvem soluções no mercado financeiro, por meio de produtos ou serviços inteiramente digitais e pouco burocráticos, com foco na inovação e nas expectativas e experiências do cliente. Desta forma, se permite que seja ofertado a custos mais baixos quando se comparado aos tradicionais bancos, devido aos seus padrões de negócios serem desenvolvidos como intuito de respeitar ao limite a normatização válida, o que reduz falhas operacionais e custos com sistemas de compliance e jurídico-legal, aumentando a velocidade de transações e proporcionando ganhos em escala cobrando baixas taxas.

No mesmo ano a Capgemini (2016) realizou um estudo sobre a experiência do cliente no setor bancário com 16 mil clientes de bancos em 32 países e identificou que 63% usavam produtos ou serviços de fintechs e 55% os recomendariam para outros clientes, enquanto apenas 38% indicaria os dos bancos,

no Brasil essa proporção foi ainda maior. A cada 10 brasileiros 7 já tinham usado produtos ou serviços de alguma fintech e 69% destes recomendariam para outras pessoas, em contrapartida apenas 48% indicariam os de seus bancos.

Exposto isto, este estudo tem como objetivo analisar qual o impacto do aumento do ecossistema das fintechs nos últimos anos no Brasil e o reflexo de sua atuação na inclusão digital e financeira dos indivíduos e das médias e pequenas empresas.

2. Fundamentação Teórica

A inclusão financeira da população não é um tema recente, muito antes mesmo do advento das FinTechs já se sabia da importância de fomentar canais de acesso a linhas de crédito bem como aos diversos serviços financeiros, sendo nesse processo atribuído aos bancos a responsabilidade de disponibilizar instrumentos financeiros para população (CARRERA-MARQUIS, 2013). Porém, existem diversos atores que são responsáveis por fomentar esta inclusão seja através de novos modelos de negócios ou não (SCHARMER, 2009). De acordo com Shumpeter (2011), estes atores tem o papel de aproximar empresas e sociedade para desenvolver um novo ecossistema que englobe a população marginalizada, pois pesquisas realizadas por (PNUD 2006; BECK, HONOHAN e DEMIRGUC-KUNT 2009) apontam que a oferta de crédito de forma inovadora e o aumento da disponibilidade de serviços financeiros provocam efeito direto no desenvolvimento e na redução da desigualdade e da pobreza.

A evolução das TICs tem influenciado as mídias que cercam as práticas de comunicação e gestão do mercado, da economia e da sociedade (MAO, 2017). De acordo com os dados da pesquisa “*How to flourish in a uncertain future: open banking – 2017*” feita pela Deloitte, a aceitação das pessoas por soluções bancárias através de “apps” para smartphones entre consumidores de 18 a 34 anos chegou a dois terços e apesar desta participação diminuir conforme maior for a idade o nível de adesão crescente deve prevalecer ao longo do tempo.

As TICs incrementaram a velocidade do fluxo de informações, assim são constantes as mudanças na forma do relacionamento entre os indivíduos. Desse modo, passa a existir de forma contínua, a busca pela interação com novas plataformas, possibilitando novos tipos de diálogos e mudanças culturais (COVALESKI e SIQUEIRA, 2017).

Conforme Gonçalves e Santos (2017), satisfazer as necessidades das pessoas está mais complexo, pois as pessoas passaram a ter um maior nível de exigência. Os consumidores puseram a passividade de lado, deixaram de apenas receber as informações e passaram a buscá-las, com o acesso massivo a referências de mercado eles deixam de consumir produtos ou serviços de maneira apenas racional.

Nesse cenário os aspectos emocionais passam a ser importantes, pois a busca pelas necessidades básicas não sacia mais os consumidores atuais (FREITAS, 2017). Paula e Souza (2017) corroboram trazendo a visão de que as pessoas não buscam mais o básico, elas buscam a oferta com maior valor percebido, ou seja, deixaram de ser apenas receptoras, passaram a analisar, a buscar qualidade, desempenho de produtos ou serviços.

Essas mudanças no mercado fazem com que as organizações busquem alternativas para se adaptar às novas formas de gestão, de culturas e de

modalidades de negócios. Para isso, elas precisam ter atenção aos novos hábitos e percepções dos clientes para que seja construída uma melhor relação (PANDOLFO, 2018).

Segundo Maino (2016), as fintechs irão propiciar a inclusão financeira visto que estão focadas no atendimento dos clientes com pouca acessibilidade aos serviços bancários, ou mesmo por facilitar o acesso ao crédito por meio destes agentes digitais (Berg et al., 2018). De acordo com Rosa e Moreira (2017), diversas empresas e clientes já preferem o atendimento utilizando smartphones para diversos tipos de transações bancárias. De acordo com a teoria do valor compartilhado (*shared value*) de Porter e Kramer (2011), as IF tradicionais, ao contrário das Fintechs, observam valor somente através do lucro ao invés de criar valor a partir de necessidades da sociedade.

As fintechs se enquadram na definição de Carrera-Marquis (2013) de modelos de negócios, que proporcionam às empresas informais a se inserirem na economia formal, pois em sua grande maioria não possuem histórico de crédito que permitam a avaliação de riscos pelas IF que acabam não as atendendo. De acordo com a estrutura de Ecossistemas de Negócios Inclusivos de (GRADL e JENKINS, 2011), as fintechs conciliam aspectos que são essenciais para criarem soluções de mercado sustentáveis e inclusivas.

O ecossistema das fintechs compreende também aquilo que Carrera-Marquis (2013) previu como solução para inclusão financeira, pois reduziu os altos custos operacionais das IF conseguindo atender de forma escalável as demandas do setor. Com soluções tecnológicas e inovadoras e também por meio de parcerias com IF, acabaram por gerar alterações na legislação proporcionando acesso a quem está fora do sistema financeiro formal, influenciando assim onde as IF alocam seu capital.

Em 2018, o Conselho Monetário Nacional (CMN) aprovou a resolução 4656/18 e começou a permitir que as Fintechs concedessem crédito sem a intermediação de uma IF, agregando competitividade ao setor e contribuindo para a diminuição das taxas de juros e o aumento da velocidade no atendimento aos clientes. (Dotta, 2018)

Em consoante ao Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID (2017), Gonzalez, Diniz e Cernev (2016) citam que além das vantagens para os clientes como transações mais rápidas, menores custos e diversidade de serviços, as FinTechs proporcionaram a inclusão financeira e também transformaram a maneira com que empresas e pessoas lidam com suas finanças.

3. Metodologia

Para o objetivo a que se pretende neste trabalho, foi utilizada uma pesquisa descritiva, para estabelecer relações entre variáveis e descrever fatos e fenômenos de uma determinada população ou realidade, além de conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para poder modificá-la. (GIL, 2008; MARCONI E LAKATOS, 2000).

Quanto a abordagem, se caracteriza tanto como quantitativa quanto qualitativa, pois como esclarece Fonseca (2002), a análise quantitativa é feita com base na análise dos dados e os resultados tomados constituem um retrato de toda a população. Para obtenção de informações, foi realizada uma pesquisa documental e bibliográfica. (GIL, 2010; FONSECA, 2002)

A pesquisa foi dividida em duas etapas, na primeira foram utilizados referenciais teóricos para aferir se o que está acontecendo na prática com o ecossistema das fintechs reflete o que a teoria prevê. Nesta etapa, a fim de alcançar os objetivos da pesquisa, foram analisados a evolução do ecossistema das fintechs entre os anos de 2015 a 2019 e o crescimento expressivo das transações digitais no Brasil.

4. Resultados

4.1 Evolução das Fintechs

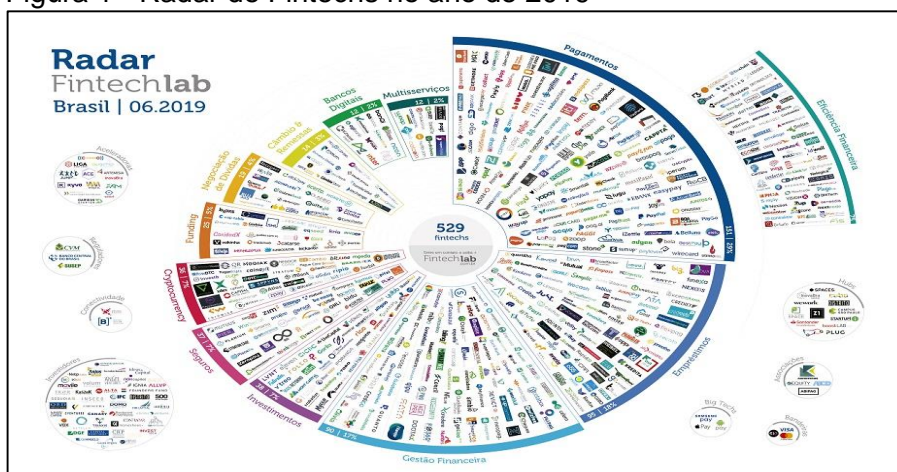
Em 2015, quando foi lançado o primeiro radar Fintechlab, foram identificadas ao final do ano mais de 130 FinTechs enquanto em 2016, foi criada mais uma categoria para subdividir as fintechs e no final daquele ano já haviam cerca de 244 iniciativas facilitando a vida das pessoas e empresas e criando condições para que este ecossistema evoluísse, colocando o Brasil à frente dos demais países da América Latina.

Este número continuou em constante evolução e em 2017 foi registrado pelo radar a existência de 332 fintechs atuantes no Brasil. O número representou um crescimento de aproximadamente 36% em relação ao ano anterior. Segundo o relatório Fintechlab (2017) isso se deve principalmente aos aportes financeiros recebidos.

No Brasil este aporte foi superior a 1 bilhão de reais, sendo que 14% das empresas receberam valores superiores a 20 milhões de reais (FINTECHLAB, 2017). Neste mesmo ano, pela primeira vez, foi identificado pelo mapeamento o encerramento de algumas iniciativas, chegando ao total de 18 empresas.

O volume de fintechs em atuação no Brasil saltou para 453 em 2018 e na 8ª edição do Radar em junho de 2019 houve uma evolução de 33% chegando a 604 iniciativas representando um aumento de 10% na velocidade de expansão registrada na edição anterior. Ao analisar as diversas áreas de atuação, o setor de pagamentos se manteve como a maior deste ecossistema, passando de 106 para 151 iniciativas, o que representa um aumento de 43% e 29% de todas as iniciativas do país. (FINTECHLAB, 2019)

Figura 1 - Radar de Fintechs no ano de 2019



Fonte: FintechLab (2019)

Segundo o Fintechlab (2019), o ecossistema brasileiro continua aquecido assegurando uma tendência clara de crescimento para os próximos anos. Dall’Agnol

(2018) reitera afirmando que a essência por trás do dinheiro é a confiança, o que fortalece não só a concorrência no setor como a perspectiva do avanço do ecossistema.

Huang (2015) destaca que as Fintechs tem a necessidade de trabalhar com os bancos, ainda aquelas opostas a eles. As instituições financeiras se associaram às novas empresas (HUANG, 2015; MACKENZIE, 2015), uma vez que viram nas Fintechs a saída dos problemas em inovação (PINHEIRO, 2017). De outra forma, as Fintechs geraram padrões que envolvem as empresas financeiras tradicionais para que se adequassem às condições das leis (BRIGATTO, 2015). Com isso, beneficiam-se da oportunidade conseguindo direcionar o modo e a agilidade das inovações, na maioria dos subsetores financeiros (WORLD ECONOMIC FORUM, 2017).

4.2. Inclusão Financeira das MPE

Conforme a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 2005 as MPE já representavam mais de 95% das empresas dos países de primeiro mundo e eram responsáveis por mais de 60% do Produto Interno Bruto (PIB). Em 2013, um levantamento feito pela Corporação financeira internacional (IFC) do Banco Mundial, foram catalogadas 40 milhões de MPE no mundo, sendo aproximadamente 70% delas sediadas nos países em desenvolvimento, na ALC elas representaram 99% de todas as empresas do setor privado.

Mesmo com tamanha importância, as MPE desde esta época têm tido acesso limitado ao crédito, 70% delas não usam qualquer tipo de financiamento formal (STEIN, GOLAND e SCHIFF, 2010). Segundo os autores, neste período existia uma defasagem na oferta de crédito para estas empresas em todos os países emergentes chegando na ALC a cerca de US\$ 125-155 bilhões. Ainda para o autor, apesar de em países em desenvolvimento como o Brasil esse percentual ser menor elas continuam sendo essenciais e ainda mais se forem consideradas as empresas informais. No ano deste mesmo estudo, apenas cerca de 10% das MPE eram formais nos países emergentes.

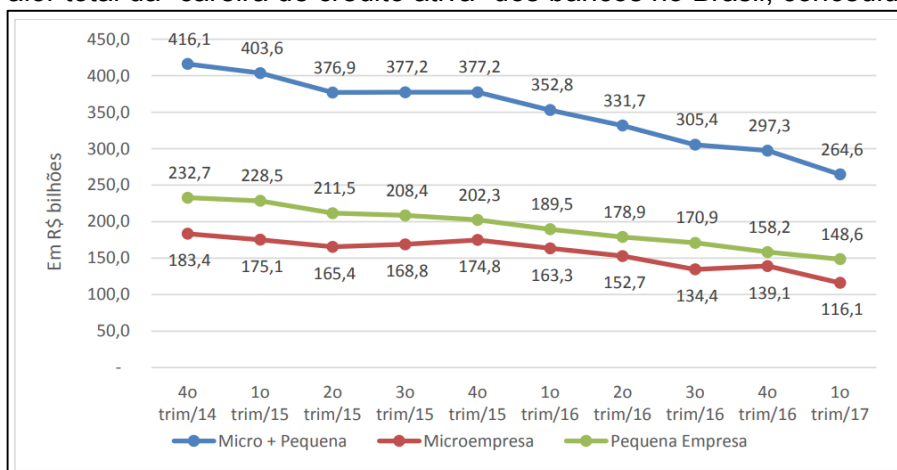
O alto custo da formalização é um fator que desencoraja muitas MPE a registrarem seus negócios. Ainda que na maioria dos países este processo tenha se tornado mais fácil nos últimos anos, os custos associados e o tempo necessário para formalizar um negócio no Brasil continuam a ser significativamente maiores do que em mercados desenvolvidos.

A informalidade afeta a capacidade das instituições financeiras de fazerem avaliações confiáveis e precisas para determinar o risco e os termos correspondentes do empréstimo como tamanho aceitável, preço e prazo.

Segundo Bueno (2003), os bancos reúnem informações de bases analíticas de dados para avaliar empréstimos bancários através de padrões de risco e retorno, entretanto existe uma maior disposição dos bancos em direcionar as operações de crédito para médias e grandes empresas em detrimento das MPE.

De acordo com os dados do BACEN (2017), além de baixa a participação das MPE na carteira de crédito ativa dos bancos, esta vem diminuindo desde 2014. Até março de 2017 o valor total da carteira de crédito ativa concedido às MPE caiu de R\$416,1 bilhões para R\$ 264,6 bilhões.

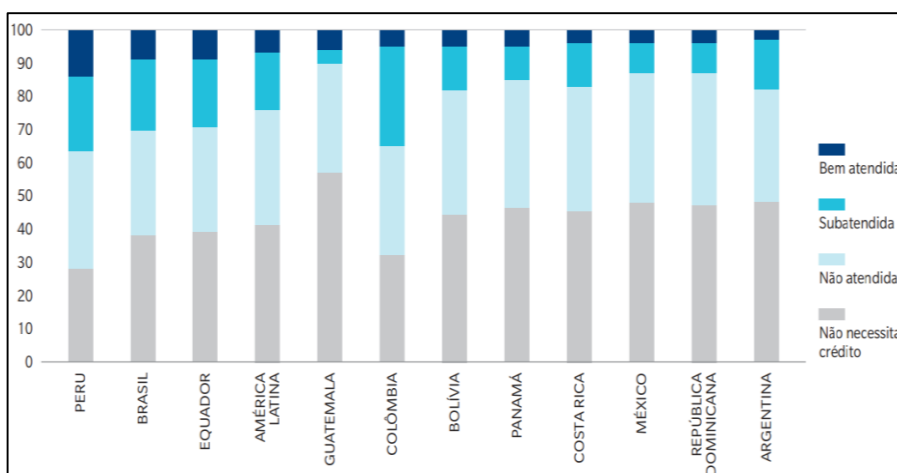
Figura 2 - Valor total da “careira de crédito ativa” dos bancos no Brasil, concedido às MPE



Fonte: BACEN 2017

As dificuldades encontradas no acesso ao crédito para MPE são igualmente evidentes quando comparadas com os países ricos. Ainda no relatório da CII (2016) nos países da OCDE, as MPE recebem 25% do total de crédito, enquanto que na ALC recebem apenas 12%. No Brasil em média 50% das MPE não têm acesso ao crédito ou estão subtendidas enquanto que menos de 10% delas são servidas de forma adequada.

Figura 3 – Acesso das MPE a crédito na ALC

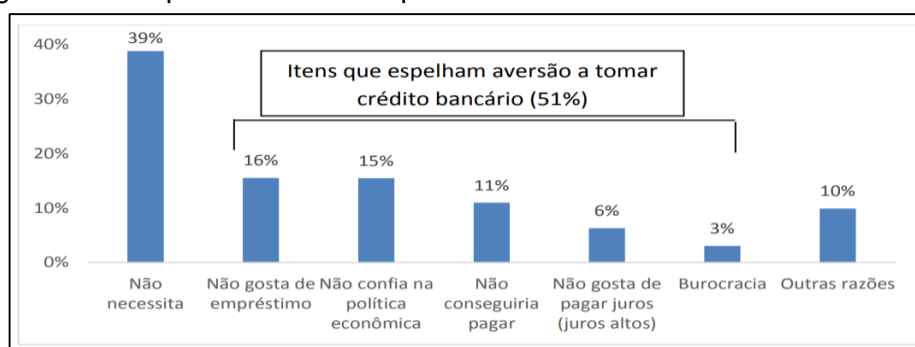


Fonte: IFC Enterprise Finance Gap Database, (2011)

Na mesma pesquisa foi identificado que 35% das MPE na ALC consideram as barreiras de acesso ao crédito como grandes ou severas, ou seja, elas não têm acesso ou têm acesso inadequado, provavelmente não veem alternativas viáveis para fazer crescer seus negócios e/ou não estão cientes de alternativas que possam fornecer a quantidade ou o tipo de financiamento que elas precisam.

Segundo dados da pesquisa “O Financiamento das MPE no Brasil”, de 2017 do SEBRAE, houve uma involução na proporção de MPE que tentaram algum tipo de empréstimo nos últimos anos, sendo 24% em 2015, proporção que passou para 17% em 2016 e 16% em 2017. A soma das principais razões apontadas pelas empresas demonstram uma aversão à tomar empréstimos em bancos.

Figura 4 – Porque não tentou empréstimo em banco?



Fonte: SEBRAE (2017)

Ainda nesta pesquisa, quando perguntado para as empresas que tentaram obter empréstimo, 82% delas informaram que tiveram algumas dificuldades no processo. Entre 2015 e 2017 as dificuldades mais encontradas não sofreram alterações significativas em seus percentuais.

Em 2017, 48% das empresas citaram a taxa de juros alta como principal dificuldade, 20% a falta de garantias reais, 16% a falta de avalista/fiador, 11% a documentação fiscal exigida, 10% a documentação contábil e 10% outras dificuldades. Cerca de 18% delas não encontraram nenhuma dificuldade como pode ser visto no gráfico 5.

Estes números mostram a grande oportunidade que as Fintechs têm neste mercado, pois devido aos seus métodos de liberação de crédito conseguem fazer análises de risco menos burocráticas sem tantas exigências e cobram taxas de juros muito mais baixas que a dos bancos tradicionais.

O crédito é uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento econômico. Está presente em praticamente em todas as ações das empresas como forma de garantir recursos para investimento ou custeio de suas atividades (ROSA, 1992). Ainda para o autor, é fundamental para os bancos adequar o risco da intermediação financeira bem como a manutenção de sua rentabilidade. Nesse sentido, Silvério (1999) afirma que, o risco de crédito é o mais relevante entre as atividades bancárias disponíveis no mercado.

Novas tecnologias e modelos de negócios podem melhorar a capacidade das instituições financeiras de atenderem o mercado das MPE. Com mais informação relevante e confiável, maior capacidade de gerenciamento de dados e processos mais eficientes, atender o mercado das MPE pode gerar lucros ao mesmo tempo em que aumenta a competitividade dos bancos. Para Laven (2014), diferente das fintechs, o modelo de negócios das instituições financeiras tradicionais não está projetado para o atual era de abundância de dados.

Dall'agnol (2018) afirma que as fintechs buscam competir nesse setor através de inovações enquanto as IF tradicionais querem apenas se manter relevantes e sustentáveis.

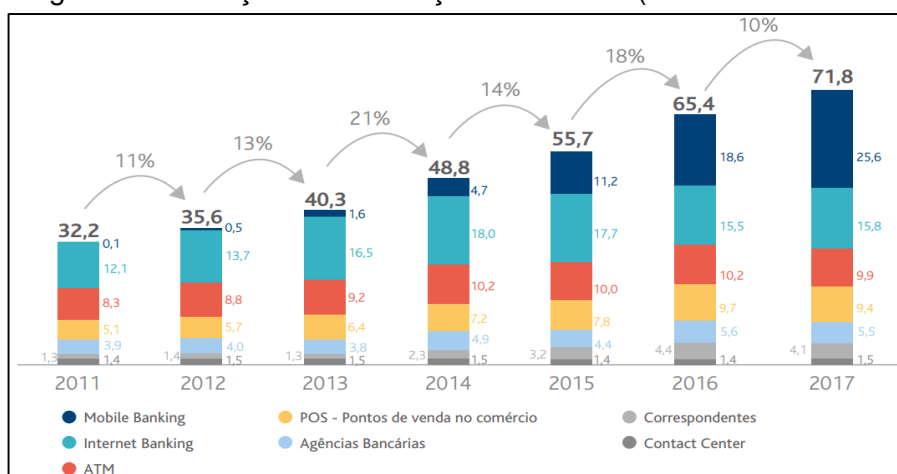
4.3. Evolução das Transações Digitais

De acordo com dados do FEBRABAN (2018), o número de operações bancárias aumentou 123% entre 2011 a 2017 passando de 32,2 bilhões de operações/ano para 71,8 bilhões. Sendo este avanço em sua maior parte devido as transações realizadas pela internet sejam elas por meio de internet banking ou mobile. Como pode ser visto no gráfico 6, estas operações tiveram um aumento de aproximadamente 240% neste período, saindo de 12,2 bilhões para 41,4 bi. Vale

ressaltar que desde 2015 as transações digitais superaram as demais, isto posto, fica evidente que o acesso aos canais digitais dos bancos cresceu expressivamente nos últimos anos.

Skinner (2014) fala que essa transformação afetou o mercado e novas metodologias como as das fintechs serão criadas para entregar valor e atender as novas demandas dos clientes por meio de canais digitais. Tradicionalmente, o processo de concepção e desenvolvimento de um novo mercado é avaliado sob o olhar econômico financeiro, mas, um mercado não é algo que surge através de pesquisa e desenvolvimento, inovação de produtos ou práticas de marketing para incentivar a adoção e difusão junto aos consumidores (SCHOUTEN et al., 2016). A conectividade oriunda da expansão do acesso à internet e do uso de smartphones é o principal fenômeno que possibilita estes novos atores atuarem nesses espaços não explorados pelas instituições tradicionais (DALL'AGNOL, 2018).

Figura 5 – Evolução das transações bancárias (em bilhões de transações)



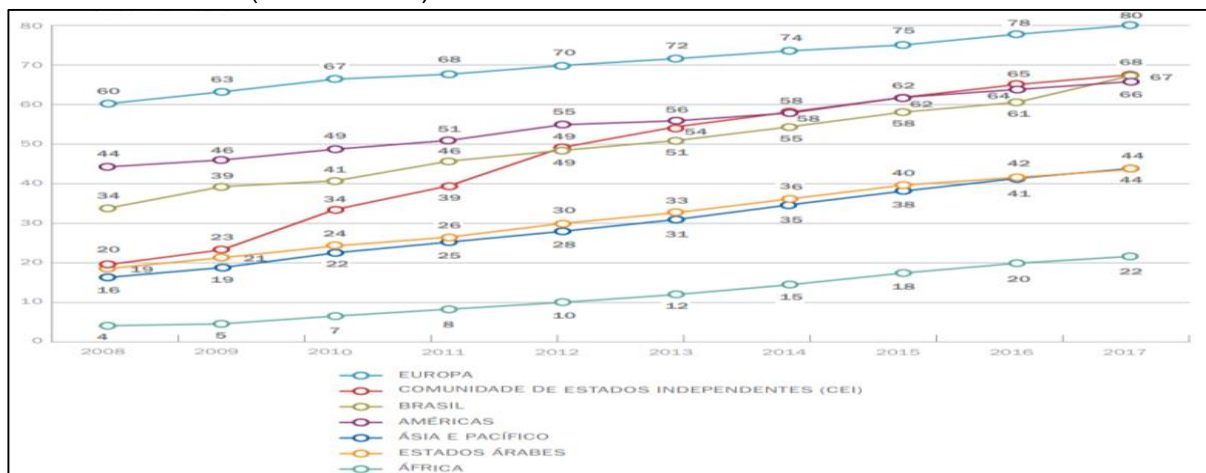
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária (2018)

Os smartphones são parte fundamental nos hábitos de consumo da população e à medida que se adaptam as novas tecnologias demandam cada vez mais novas funcionalidades. Para King (2013) o uso destes aparelhos e da internet mudam de forma intensa as práticas financeiras e os meios de distribuição dentro do setor.

De acordo com a pesquisa TIC Domicílios de 2017 da Cetic.br, em parceria com União Internacional de Telecomunicações (UIT), do ano de 2016 a 2017 o Brasil avançou no acesso domiciliar à Internet mais do que a média mundial dos últimos anos. Vale ressaltar que o número daqueles que têm acesso à Internet, mas não possuem computador vem aumentando, como pode ser observado na gráfico 7.

De acordo com dados do IBGE, em 2016, 95% dos brasileiros utilizavam os smartphones para acessar a internet. O celular tem sido o meio mais utilizado para acessar a internet no Brasil desde 2015, chegando a mais de 115 milhões de usuários, cerca de 96% do total. Enquanto que o percentual de acesso por meio de computador, considerando também notebooks e tablets do mesmo ano até 2017, caiu de 80% para 51%. De acordo com Dall'agnol (2018), esta mudança tem efeitos diretos em como nós consumimos produtos e serviços financeiros.

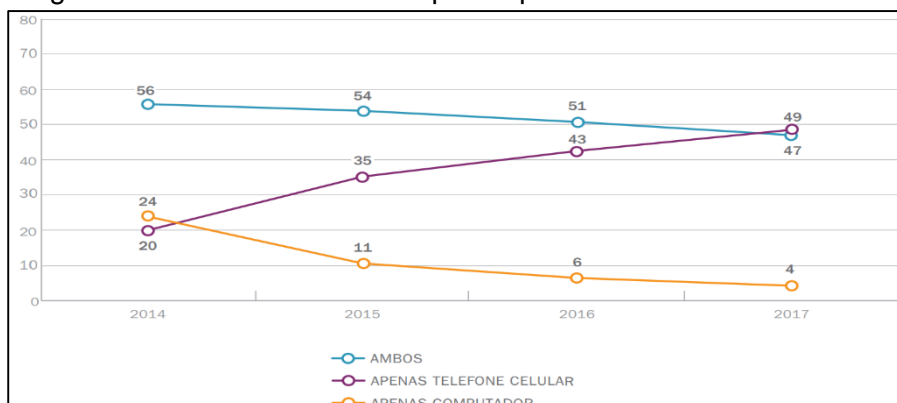
Figura 6 – Domicílios com acesso à internet em países desenvolvidos e em desenvolvimento (2008 – 2017)



Fonte: TIC Domicílios (2017)

Em 2017, pela primeira vez o número de usuários que acessaram a internet através apenas do celular chegou ao mesmo nível daqueles que usaram tanto ele como o computador para se conectar à rede. Proporção que mais do que duplicou em três anos.

Figura 7 - Usuários de Internet por dispositivo

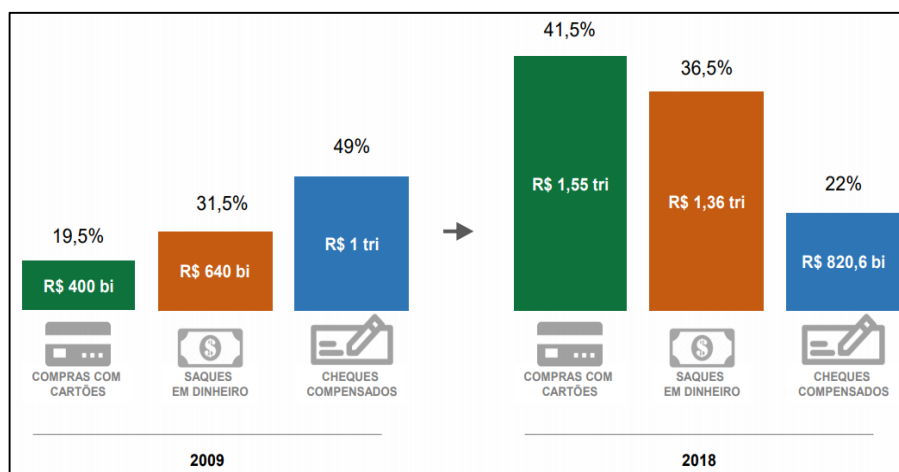


Fonte: TIC Domicílios (2017)

De acordo com o Banco Mundial (2017), a inclusão financeira de um país pode ser medida pelo número de pagamentos realizados sem papel moeda e pelos percentuais de adultos utilizando pagamentos digitais; pagamentos por meio telefone celular; internet e utilizando cartão bancário. Segundo a FEBRABAN (2016), aproximadamente 12 bilhões de transações são feitas por meios de pagamentos eletrônicos. Em 2018, no relatório da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços – ABECS, como pode ser visto na figura 8, o Brasil registou o maior crescimento neste tipo de transação desde 2014 o que representou 38,3% do consumo das famílias no Brasil.

Nesse sentido, Dall'agnol (2018) diz que a evolução da economia globalizada depende da digitação do setor de meio de pagamentos e as novas tecnologias digitais junto com as mudanças estruturais, culturais e regulatória são a alavanca dessa influência no setor de pagamentos.

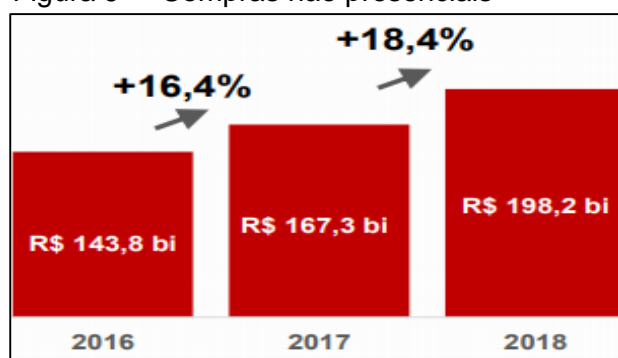
Figura 8 – Comparação entre meios de pagamentos



Fonte: ABECS (2018)

Neste mesmo balanço, a ABECS mostra que o valor transacionado apenas com cartão na função crédito já supera o volume de cheques e mostra que o Brasil, quando se comparado aos países desenvolvidos, possui um número igual ou superior de *point of sale* (POS) disponível que a maioria, chegando a cerca de 9,3 milhões sendo uma média de 44,6 por mil habitantes. Hoje no Brasil as compras não presenciais já representam 20,5% do total movimentado por cartão de crédito e 95% dos cidadãos o utilizam todo o mês e 55% usam pelo menos uma vez por semana.

Figura 9 – Compras não presenciais



Fonte: ABECS (2018)

Estes fenômenos são resultado das inovações trazidas pelas fintechs para o mercado financeiro, o que ocasionou em mudanças nos consumidores, negócios, economia e até na sociedade (HARRISON e ESTELAMI, 2014). Segundo Cortet, Rijks e Shikkp (2016), os consumidores preferem uma experiência de pagamentos com simplicidade e praticidade que apenas os dispositivos móveis online proporcionam. Dall'agnol (2018) explica que a escassez de crédito pós-crise de 2008 e a perda da confiança nas instituições financeiras tornaram atrativas os serviços financeiros por meio de tecnologias digitais.

Nesse sentido, Skinner (2014) afirma que estes fenômenos e ampla difusão do acesso à internet e adoção massiva de smartphones proporcionaram ao cidadão transacionar e comercializar eletronicamente entre si e de forma globalizada criando a infraestrutura necessária para negócios eletrônicos e online como os das fintechs.

5. Considerações Finais

O trabalho teve como objetivo principal analisar o crescimento do ecossistema das fintechs no Brasil e a contribuição deste avanço na inclusão digital e financeira de indivíduos e empresas, e tendo em vista o alcance esse objetivo foram analisados os principais e mais atuais relatórios e pesquisas da área.

Com relação a inclusão financeira foi identificado um alto potencial destas iniciativas em relação a oferta de crédito às MPE devido aos grandes bancos não atenderem a maior parte destas empresas da forma que elas necessitam. Porém não foi encontrado nenhum dado que possa confirmar que a atuação das fintechs tem representado uma parte relevante no aumento do acesso ao crédito. Entretanto, apesar de haver uma elevação no índice de inclusão financeira da população apenas 40% da população bancarizada realmente está inserida no sistema financeiro consumindo produtos e serviços e não apenas possuindo conta em alguma IF.

O que realmente proporcionou este aumento é o fato da população brasileira estar a cada dia mais tendo acesso à internet e usando exclusivamente dispositivos móveis. Isto resulta numa mudança significativa dos hábitos de consumo destes clientes que por meio da internet tem acesso rápido e prático a diversos serviços financeiros de forma personalizada. Diante disto pode se questionar o real potencial transformador e de inovação das Fintechs, pois a digitalização das operações bancárias é algo buscado pelos bancos desde o advento da indústria 4.0 em 2011 ou até mesmo antes em 1993 quando se teve o primeiro contato com este termo (fintech) que surgiu a partir do processo de automação de algumas atividades Bancárias.

Apesar de toda as modificações atuais no mercado até mesmo de legislação o que observa-se é apenas esta digitalização e não inovações bancárias, muito pelo contrário, fica evidente a alta vulnerabilidade no que tange o risco das operações de crédito e suas garantias nestes sistemas utilizados por elas. Nesse sentido o trabalho prevê que ocorrerá um aumento inevitável da inclusão digital no Brasil e conforme as mudanças na legislação do setor financeiro, as empresas do setor financeiro que não se anteciparem a este fenômeno terão dificuldades em manter seu percentual de mercado.

Devido a isto o trabalho sugere que estudos sejam realizados sobre a real capacidade de transformação destas iniciativas principalmente no que tange o acesso ao crédito às MPE que são fundamentais para o desenvolvimento econômico do país bem como sugere análises sobre experiências digitais, pois a oferta destes serviços devido a seus baixos custos, partirá não só das Fintechs como também de empresas tradicionais possibilitando acesso a crédito, investimentos e serviços aos que já possuem e aos que ainda não são atendidos por custo acessível.

Referência

ABEC, Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços. Relatório do setor 2018, São Paulo, 20180

ABFINTECH. O que são Fintechs? Disponível em: Acesso em: 02 ago 2018. Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas.

ARAUJO, G. C. A importância dos bancos públicos como instrumento de desenvolvimento econômico e social: o caso caixa. Fortaleza, 2018.

BACEN, Relatório de Economia Bancária 2017. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/content/publicacoes/>> Acesso em: 10 mar. 2019.

BACEN, Relatório de Inclusão Financeira 2015 Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/Nor/relincfin/RIF2015.pdf>> Acesso em: 10 maio. 2019.

BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (BID) E FUNDO MULTILATERAL DE INVESTIMENTOS (FUMIN). High Growth Small and Medium Enterprises (HGSMEs) in Latin America Emerging Economies. Documento preparado para a Oficina da OCDE na Cidade de Kansas, 2008.

BARROSO, L. C. Tecnologia Bancária evolução recente e tendências. Escritório técnico de estudos econômicos do banco do nordeste, 2018.

BECK, T.; HONOHAN, P.; and DEMIRGUC-KUNT, A. Access to Financial Services: Measurement, Impact and Policies. World Bank Research Observer, 2009.

BERG, Tobias et al. On the rise of fintechs—credit scoring using digital footprints. National Bureau of Economic Research, 2018.

BRIGATTO, Gustavo. “Fintechs” começam a contar sua história. Valor Econômico, 16 jul. 2015. Empresas. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/empresas/4136802/fintechs-comecam-contar-sua-historia>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

BUENO, V. F. F. Avaliação de risco na concessão de crédito bancário para micros e pequenas empresas. Florianópolis, 2003. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

CARRERA-MARQUIS, D. Banco com sustentabilidade global: estratégia sustentável de bancarização na América Latina e no Caribe. Revista Perspectivas do Desenvolvimento: um enfoque multidimensional, 2013.

CETIC. Pesquisa de Acesso às Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) domicílios 2017. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 2017.

CORTET, Mounaim; RIJKS, Tom; NIJLAND, Shikko. PSD2: The digital transformation accelerator for banks. Journal of Payments Strategy & Systems, v. 10, n. 1, p. 13-27, 2016.

COVALESKI, R. L.; SIQUEIRA, O. A. S. Conteúdo de Marca Audiovisual e regimes interacionais: reflexões sobre o engajamento digital do consumidor. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 40, n. 2, p. 61- 75, 2017.

DALL'AGNOL, Adriano Pitt. As abordagens estratégicas adotadas pelas FinTechs brasileiras para competir na indústria de meio eletrônicos de pagamento, Universidade do Vale do Rio dos sinos, Porto Alegre, RS, 2018.

DE PAULA, L. F. Sistema Financeiro, bancos e financiamento da economia: uma abordagem keynesiana. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2014.

DOTTA, Eduardo. Entenda como a regulamentação das fintechs de crédito impactam o mercado. 2018. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/conhecimento/conjuntura-economica/regulamentacao-de-fintechs/>. Acesso em: 20 jun. 2018.

DUBENA, Paulo Sergio; SÉLLOS-KNOERR, Viviane Coêlho de. Bancos públicos como instrumento de desenvolvimento e inclusão. Curitiba, v. 3, n. 36. p. 422-458. 2014.

FEBRABAN. Bancos x fintechs ou bancos & fintechs?. Revista CIAB ed. 66, Nov/Dez. 2016.

FEBRABAN. Pesquisa FEBRABAN de tecnologia bancária 2017. Disponível em: <http://www.ciab.org.br/publicacoes>> Acesso em: 20 nov. 2018.

FEBRABAN. Pesquisa FEBRABAN de tecnologia bancária 2018. Disponível em: <http://www.ciab.org.br/publicacoes>> Acesso em: 20 nov. 2018.

FINTECHLAB. Radar Fintechlab 2015. Disponível em: <<http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/>> Acesso em: 14 março 2019.

FINTECHLAB. Radar Fintechlab 2017. Disponível em: <<http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/>> Acesso em: 14 março 2019.

FINTECHLAB. Radar Fintechlab 2018. Disponível em: <<http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/>> Acesso em: 14 março 2019.

FINTECHLAB. Radar Fintechlab 2019. Disponível em: <<http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/>> Acesso em: 14 março 2019.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

FREITAS, L. A. O marketing de relacionamento como ferramenta estratégica na reputação das organizações de saúde. Revista Mídia & Contexto-ISSN: 2358-3312, v. 1, n. 5, 2017.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. Edição: 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, E. A.; SANTOS, P. S. M. O papel do Marketing no processo de captação e retenção de alunos em Instituições privadas de Ensino Superior. Ciência na Fama, v. 1, n. 1, p. 152-175, 2017.

GONÇALVEZ, Cleber Baptista. Casa da Moeda do Brasil: 290 anos de História, 1694-1984. Rio de Janeiro: Imprensa Gráfica, Ed., 1984.

GONZALEZ, L.; DINIZ, E.; CERNEV, A. Concentração bancária e a promessa das “Fintech”. Valor Econômico, 31 mar. 2016. Opinião. Disponível em: <http://www.valor.com.br/opiniao/4504890/concentracao-bancaria-e-promessa-das-fintech>. Acesso em 01 dez. 2018.

GRADL, C. and Jenkins, B. Tackling Barriers to Scale: From Inclusive Business e: From Inclusive Business Eco-Models. Cambridge, MA: the CSR Initiative at the Harvard Kennedy School, 2011.

HARRISON, TINA; ESTELAMI, HOOMAN. The routledge companion to financial services marketing. Routledge, 2014.

HUANG, D. A complexa relação entre bancos e “startups” financeiras. Valor Econômico, 19 nov. 2015. The Wall Street Journal Americas. Disponível em: <http://www.valor.com.br/impreso/wall-street-journal-americas/complexa-relacao-entre-bancos-e-startups-financeiras>. Acesso em: 13 abr. 2019.

Jayme Jr, Frederico & Missio, Fabricio & Hermeto, Ana. Desenvolvimento financeiro e crescimento econômico: teoria e evidência empírica para as unidades federativas do Brasil (1995-2004). Análise Econômica. Belo Horizonte, 2015.

Jeffrey M. Stanton Galton, Pearson, and the Peas: A Brief History of Linear Regression for Statistics Instructors, Journal of Statistics Education, 9:3, 2001.

KING, B. Bank 3.0: why banking is no longer somewhere you go, but something you do. Singapore: Marshall Cavendish Editions, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia científica. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LAVEN, mike. Money evolution: how the shift from analogue to digital is transforming financial services. Journal of payments strategy & systems. Vol 7, no. 4, 2014.

MACKENZIE, A. The Fintech Revolution. London Business School Review, v. 3, p. 50–53, 2015.

MAINO, R. Leveraging Financial Technology for the Underbanked. IMF, 19 set. 2016. Disponível em: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2016/09/17/NA091916-Leveraging-financial-Technology-for-the-Underbanked>. Acesso em: 13 abr. 2019.

MAO, Yuyi et al. A survey on mobile edge computing: The communication perspective. IEEE Communications Surveys & Tutorials, v. 19, n. 4, p. 2322-2358, 2017.

MOOD'S ANALYTICS. The impact of electronic payments on economic growth. 2016. Disponível em: <https://usa.visa.com/visa-everywhere/global-impact/moodys-analytics-study-the-global-impact-of-electronic-payments.html> acesso em: 10 jul. 2019.

PANDOLFO, T. N. Do físico ao digital: um olhar sobre a mudança dos hábitos de consumo de produtos e serviços financeiros com a entrada das instituições financeiras digitais no mercado nacional. 86 f.: il.; 30 cm, 2018.

PAULA, L. S; SOUZA, A. C. B. Fidelização de clientes e marketing de relacionamento. *Episteme Transversallis*, v. 10, n. 1, 2017.

PINHEIRO, V. Bancos deixam de ver 'fintechs' como ameaça ao negócio. *Valor Econômico*, 02 mai. 2017.

PORTER, M.E, & Kramer, M.R. *The Big Idea: Creating Shared Value*. Harvard Business Review (HBR) Jan–Feb, Cambridge, MA. Harvard University, 2011.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). *Creating Value for All: Strategies for Doing Business with the Poor*. New York, USA, 2006.

ROSA, S; MOREIRA, T. Fechamento de agências bancárias cresce no ano. *Valor Econômico*, 28 jun. 2017. *Finanças*, p. 11–13.

SCHARMER, O. *Blindspot of Economic Thought: Seven Acupuncture Points for Shifting Capitalism 2.0 to 3.0*. Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA, 2009.

SCHOUTEN, J.W. et al. From counterculture movement to mainstream market. In: CANNIFORD, R.; BADJE, D. (Orgs.). *Assembling consumption: researching actors, networks and marketing*. New York: Routledge, 2016. p. 21-31.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico (1911)*. São Paulo, Nova Cultura, 1997.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *O Financiamento das MPE no Brasil*, 2017.

SILVA, Everton Nunes da; PORTO JUNIOR, Sabino da Silva. Sistema financeiro e crescimento econômico: uma aplicação de regressão quantílica. *Econ. Apl*, Ribeirão Preto, v. 10, n. 3, p. 425-442, Sept. 2006.

SILVÉRIO, Carlos Roberto. *Uma contribuição à avaliação dos controles internos e do risco de crédito nas instituições financeiras*. 1999, 74 p. Dissertação (Especialização em Administração Financeira). Curso de Pós Graduação da Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas. Brasília (DF).

SKINNER, chris. *Digital bank: strategies to launch or become a digital bank*. Singapore. Marshall Cavendish business, 2014.

STEIN, P., Goland, T. and Schiff, R. *Two trillion and counting. Assessing the credit gap for micro, small, and medium -size enterprises in the developing world*. McKinsey & Company and International Finance Corporation (IFC). 2010. Report 2016: *Innovating in the Digital Economy*. 2017.