



UNISUL

UNISUL – UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ELIEZER DE OLIVEIRA

**STARTUPS *FINTECHS* NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE OS
PRINCIPAIS IMPACTOS SOCIAIS E MERCADOLÓGICOS NOS
ÚLTIMOS 10 ANOS**

BRASÍLIA
2019

UNISUL – UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ELIEZER DE OLIVEIRA

**STARTUPS *FINTECHS* NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE OS
PRINCIPAIS IMPACTOS SOCIAIS E MERCADOLÓGICOS NOS
ÚLTIMOS 10 ANOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Ciências Econômicas, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Prof^ª Joseane Borges de Miranda

Coorientador: Prof. Rogério Santos da Costa

BRASÍLIA
2019

RESUMO

Diante de um mercado em constante globalização, e considerando a constante evolução das TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação, a inovação e a competitividade estão entre os principais mecanismos estratégicos para as organizações atingirem os objetivos mercadológicos. Também ocorreram transformações importantes no setor financeiro dos bancos, com destaque para o surgimento de *startups fintechs*, um segmento que oferece soluções inovadoras na área financeira, com foco em necessidades e oportunidades do público-alvo. As *startups fintechs* estão presentes em diversos países, com serviços inovadores para o segmento financeiro e bancário. As *startups fintechs* atuam com uma estrutura tecnológica avançada, oferecendo serviços na área financeira e no setor bancário com alto nível de escalabilidade, com ênfase para as experiências de seus clientes. As *startups fintechs* atuam no mercado com estrutura operacional compacta, com foco para o setor de desenvolvimento. Com base neste contexto, a presente pesquisa destacou o seguinte questionamento: quais os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*? Quanto ao objetivo geral desse estudo, foram analisadas as principais características dos bancos e das *startups fintechs*, com ênfase para os aspectos associados à inovação disruptiva no setor bancário e seus desafios. Sobre os objetivos específicos, destacam-se: descrição sobre conceitos de inovação, *startups fintechs* e mercado financeiro; caracterização sobre o mercado financeiro, com ênfase para a regulamentação e o fortalecimento, abordando aspectos básicos sobre as *startups fintechs* no mercado financeiro e seus principais desafios; análise sobre os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*. Dentre os autores citados, estão: Akkizidis e Stagars (2016); Barroso (2018); Congo (2017); Desharnais (2017); Fortuna (2014); Gulamhuseinwala, Bull e Lewis (2015); Hedman e Henningsson (2015); Jaye (2015); Kashyap e Weber (2017); Lacasse (2016); Moreira e Larghi (2017); Onzi et al. (2017); Pindyck e Rubinfeld (2010); Rosov (2016); Skan, Dickerson e Gagliardi (2016); Torrens (2017); Wirtz, Schilke e Ullrich (2010); Zambarda (2014); entre outros. O presente estudo foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica narrativa, no qual foram analisados os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*.

Palavras-Chave: Competitividade. Inovação. Inovação Disruptiva. Mercado Financeiro. Setor Bancário.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	4
1.1	O PROBLEMA.....	5
1.2	OBJETIVOS.....	6
1.2.1	Objetivo Geral	6
1.2.2	Objetivos Específicos	6
1.3	JUSTIFICATIVA	7
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	9
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
3	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	17
3.1	INOVAÇÃO, FINTECHS E MERCADO FINANCEIRO.....	17
3.2	PROCESSO EVOLUTIVO	20
3.3	SEGMENTO DE INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS E DE FINANÇAS NO BRASIL.....	26
3.4	ASPECTOS CONCEITUAIS E MERCADOLÓGICOS.....	29
3.5	MERCADO FINANCEIRO: REGULAMENTAÇÃO, FORTALECIMENTO E PRINCIPAIS IMPACTOS SOCIAIS E MERCADOLÓGICOS DAS <i>STARTUPS</i> <i>FINTECHS</i>	35
3.6	A IMPORTÂNCIA DAS <i>STARTUPS FINTECHS</i> NO MERCADO FINANCEIRO.....	42
3.7	PRINCIPAIS DESAFIOS DAS <i>STARTUPS FINTECHS</i>	46
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
	REFERÊNCIAS.....	55

1 INTRODUÇÃO

A partir dos incrementos da sociedade contemporânea, criaram-se novas formas de se fazer negócios e até mesmo, novos modelos econômicos, influenciados em grande medida pela revolução tecnológica de nossa época. Como reflexo desta realidade ‘quente’, estabeleceu-se, por exemplo, a Internet das Coisas¹, como as *startups*² e, nesse contexto, a presente pesquisa destaca *startups fintechs - financial technology* (POSSAS, 2002).

São inúmeras as pesquisas que atestam o importante papel das instituições financeiras no processo de desenvolvimento econômico. Dentre os principais pesquisadores, cita-se Schumpeter (1934; 1942), apontado por situar a inovação como peça principal no processo de desenvolvimento e por relacioná-la à necessidade de crédito para possibilitar seu desenvolvimento e implementação (ONZI; NESELLO; CHAIS; GANZER; RADAELLI; OLEA, 2017).

Considerando tal realidade, o mercado financeiro tem elevada importância para o cenário econômico, haja vista que fornece subsídios que possibilitam a criação de projetos inovadores que podem contribuir com desenvolvimento de determinada região.

Inovação e mercado financeiro apresentam relação próxima, considerando que o movimento unidirecional de crédito que possibilita inovações se transforma, ocasionando bons frutos para o próprio sistema financeiro que acaba por direcionar mais recursos para inovações que, como dito, alimenta o próprio setor.

Estes princípios ocasionam alterações na estrutura de funcionamento dos bancos, possibilitando avanços no campo da tecnologia e celeridade no progresso, mas também se apresentam, de certo modo, como em ameaças ao *status quo*, caracterizado, em grande medida, pela concentração do capital nas instituições bancárias que se cristalizou com a massificação do processo de internacionalização econômico-financeira, a partir das décadas de 1980 e 1990 (ONZI et al., 2017).

De modo diverso, aos bancos que recebem depósitos de clientes e conferem crédito e às *startups fintechs* é vedado tal processo, de forma que a estas só é aceite a realização de empréstimos com capital próprio ou de seus acionistas. Mesmo possuindo esta restrição, *startups fintechs*, estão, cada vez mais, se consolidando tanto no cenário nacional quanto no

¹ A 'Internet das Coisas' refere-se a uma revolução tecnológica que tem como objetivo conectar os itens usados do dia a dia à rede mundial de computadores. Cada vez mais surgem eletrodomésticos, meios de transporte e até mesmo tênis, roupas e maçanetas conectadas à Internet e a outros dispositivos, como computadores e smartphones (ZAMBARDA, 2014).

² Uma *startup* é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza (MOREIRA, 2019).

internacional, sendo esta realidade, disposta, em grande medida, pois estas estão preenchendo as lacunas provenientes da má administração do sistema bancário, haja vista que conseguem equacionar uma série de problemas e possibilitar a inclusão financeira de uma parcela da sociedade ainda não atendida, ou mal atendida, pelas instituições bancárias.

Há milhares de *startups fintechs* já estabelecidas em diversos países, atuando nos setores financeiro e bancário (CONGO, 2017).

O ano de 2016 ficou caracterizado como o ano em que o Brasil, adentrou, de modo efetivo, para o mercado de *startups fintechs*. Presenciou-se no referido ano a criação de inúmeras organizações, bem como a ocorrência de vários eventos e matérias na mídia relacionadas ao tema em questão. A quantidade de *startups fintechs* que o Brasil possuía em 2015 passou de 54, para 244, no primeiro trimestre de 2017, ou seja, presenciou-se um crescimento de 36% em somente 9 meses, sendo este número elevado para 332, no final de 2017 (CONGO, 2017; FINTECHLAB, 2017).

1.1 O PROBLEMA

Diante de um mercado em constante globalização, e considerando a constante evolução das TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação, a inovação e a competitividade estão entre os principais mecanismos estratégicos para as organizações atingirem os objetivos mercadológicos.

Também ocorreram transformações importantes no setor financeiro dos bancos, com destaque para o surgimento de *startups fintechs*, um segmento que oferece soluções inovadoras na área financeira, com foco em necessidades e oportunidades do público-alvo. As *startups fintechs* estão presentes em diversos países, com serviços inovadores para o segmento financeiro e bancário.

As *startups fintechs* atuam com uma estrutura tecnológica avançada, oferecendo serviços na área financeira e no setor bancário com alto nível de escalabilidade, com ênfase para as experiências de seus clientes.

As *startups fintechs* atuam no mercado com estrutura operacional compacta, com foco para o setor de desenvolvimento.

Com base neste contexto, a presente pesquisa destacou o seguinte questionamento: *quais os principais impactos sociais e mercadológicos das startups fintechs no Brasil nos últimos dez anos?*

1.2 OBJETIVOS

Neste capítulo, será descrito o objetivo geral (primário) – o foco principal do presente estudo –, bem como os objetivos específicos (secundários) da pesquisa.

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Quanto ao objetivo geral desse estudo, foram analisadas as principais características dos bancos e das *startups fintechs*, com ênfase para os aspectos associados aos impactos sociais e mercadológicos das startups fintechs no Brasil nos últimos 10 anos.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Em relação aos objetivos específicos desse estudo, destacam-se:

- descrição sobre conceitos de inovação, *startups fintechs* e mercado financeiro;
- caracterização sobre o mercado financeiro, com ênfase para a regulamentação e o fortalecimento, abordando aspectos básicos sobre as *startups fintechs* no mercado financeiro e seus principais desafios;
- análise sobre os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*.

1.3 JUSTIFICATIVA

O fenômeno das *startups fintechs* mostra-se global e vem ocorrendo em solo nacional. O sistema financeiro e bancário brasileiro é um setor de elevada importância para a economia doméstica – assim em outras diversas nações –, considerando-se que os impactos em sua reorganização são fruto de muitas alterações que ocorreram em cenário mundial, sendo muitas destas decorrentes do desenvolvimento de *startups fintechs* que, assim como em todo o mundo, no Brasil poderão contribuir com a reorganização dos modelos de negócio (BARBOSA, 2018).

As *startups fintechs*, além de serem requisitadas pelos bancos, são igualmente procuradas por grandes empresas do ramo digital, tendo como exemplo a Apple, Amazon, Facebook e Google, promovendo a valorização cada vez maior destas companhias. Referindo-se ao nosso país, estas companhias não conseguem realizar empréstimos caso não estejam filiadas e uma entidade financeira. Inúmeras *startups fintechs* em função disso, visam filiar-se a instituições bancárias (MOMPEAN, 2016).

As *startups fintechs* enfrentam problemas graves para companhias que estão iniciando. Um dos principais problemas é a complexidade em arrecadar fundos, sendo considerado de grande importância na competição das organizações financeiras. As *startups fintechs* apresentam *valuations* mais elevadas do que outras *startups*. Tal fator ocorre, pois estas instituições necessitam de um capital inicial maior para conseguir firmar-se na estrutura comercial já consolidada. Os valores são considerados altos, pois os empresários que investem na instituição, vislumbram uma brecha para afiliar-se nesta atividade comercial (LOPES; ZILBER, 2017).

As dificuldades obtidas pelas *startups fintechs* podem ser combatidas com a colaboração dos bancos. As *startups fintechs* são idealizadas como as iniciantes do ramo, nasceram por meio da difusão e expansão dos aparelhos celulares inteligentes e da modernização das manufaturas e das atividades rentáveis. Tornaram-se a tendência da era digital, submetendo companhias de diversos ramos – radiocomunicação, mídias de comunicação, gravadoras de áudio e vídeo, empresas de transmissão de conteúdos à distância, mercado de moda e varejo, dentre outras – a reconsiderar métodos antigos em prol do constante contato com o cliente (MOMPEAN, 2016).

Com uma organização despojada e sem a imposição de mediadores e do *compliance* de notáveis corporações, as *startups fintechs* podem agilizar a oferta e a clareza das atividades que assumem as ações particulares dos consumidores, como cotar seguros, homologar

empréstimos ou optar por determinadas operações de investimento. Determinadas empresas livram-se de taxas de impostos, por disponibilizarem procedimentos internacionais ou operarem em modalidades longe de determinadas atividades da jurisprudência fiscal da localidade (CORUMBA, 2016).

O desenvolvimento das plataformas digitais apresenta-se conexo a inúmeros fatores de sucesso. Mesmo que o modelo de banco digital se pareça singular, é importante mensurar o real valor agregado pela plataforma digital por cada instituição bancária. As especificidades de cada mercado financeiro e de cada banco necessitam ser mensuradas para que opte pelo modelo digital mais apropriado (DELOITTE, 2016).

Os bancos continuam ofertando os mesmos produtos e serviços. Os bancos não fazem uso de novas metodologias para incrementar seu modelo de negócios e disponibilizar novos produtos e serviços e que sejam mais interessantes ao grande público. O modelo de negócios dos bancos irá se alterar quando os bancos começarem a ofertar formas personalizadas para equacionar os problemas de seus clientes. As instituições bancárias necessitam compreender que os dados que possuem em relação aos seus clientes, podem ser utilizadas para se estruturar novas estratégias que se convertam em maior valor de mercado (TORRENS, 2017).

Assim, o presente estudo justifica-se pelo fato de que a inovação é extremamente necessária para que uma economia continue a crescer e que em muitos casos processos disruptivos são necessários para que se altere modelos de comércio ultrapassados. Nesta perspectiva, as *startups fintechs*, se apresentam como importantes organizações que a partir de suas atividades poderão promover mudanças que se convertam melhorias tanto no setor financeiro como para a economia como, um todo.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é fundamentado em uma pesquisa qualitativa exploratória, baseada em diversas obras e autores renomados no segmento de gestão bancária. Apoiada por revisão bibliográfica narrativa, o embasamento teórico da presente pesquisa é baseado por consultas em livros, revistas acadêmicas, artigos científicos e websites na Internet reconhecidos na área científica. A revisão bibliográfica proporciona sustentação teórica a situações exigidas, bem como na definição de termos específicos referente à área pesquisada.

A natureza de uma pesquisa qualitativa apresenta as seguintes características: tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e os pesquisador como principal instrumento; os dados coletados são predominantemente descritivos; a preocupação com o processo é muito maior que com o produto; o significado que as pessoas dão as coisas e à sua vida são focos de atenção especial pelo pesquisador; a análise dos dados tende a seguir um processo indutivo (LÜDKE; ANDRÉ, 2007).

Sobre o conceito de revisão bibliográfica narrativa, trata-se de uma análise crítica, meticulosa e ampla sobre as publicações correntes em uma determinada área do conhecimento. Nesse sentido, a seleção criteriosa de uma revisão de literatura pertinente ao problema significa familiarizar-se com textos e, por meio destes, reconhecer os autores e seus estudos realizados anteriormente a respeito do problema pesquisado (TRENTINI; PAIM, 1999).

A revisão bibliográfica narrativa busca explicar esclarecer e discutir um determinado tema baseado em referências teóricas que são publicadas em revistas, livros, periódicos dentre outros. Buscando, também, compreender e analisar argumentos científicos relacionados a determinado assunto (MARTINS; PINTO, 2001).

A revisão bibliográfica narrativa coloca o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto. Neste sentido, por meio do método de revisão bibliográfica narrativa, é possível fazer uma reflexão sobre o tema por meio de uma nova abordagem, resultando em conclusões inovadoras (LAKATOS; MARCONI, 2007).

A finalidade da revisão bibliográfica narrativa é induzir o contato pessoal entre o pesquisador e as teorias, por meio da leitura, conduzindo-o à interpretação própria (DEMO, 2000).

A revisão bibliográfica narrativa não emprega critérios diretos e ordenados no procedimento de diligência e investigação crítica da literatura e, igualmente, a procura dos

estudos mediante essa metodologia, não limitando-se a essas fontes de informações, não aplicando também técnicas de busca aprimorada e exaustivas.

A triagem dos estudos e a análise das referências por meio da retificação bibliográfica narrativa podem sujeitar-se à parcialidade dos autores, e é apropriada para a comprovação teórica de trabalhos conclusivos de curso na esfera acadêmica, particularmente: artigos, monografias, dissertações e teses (BIBLIOTECA DANTE MOREIRA LEITE, 2019).

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Modelos de negócios modernos estão mais propensos ao crescimento em diferentes níveis. Quanto maior o índice de renovação e modernização, mais positivos serão os resultados frente aos desafios que se apresentam em diferentes setores do mercado. As várias composições de mercado indicam como cada organização se posiciona e se encaixa em um determinado setor. Deste modo as organizações vão se acomodando de modo a melhor suprir as demandas presentes em cada segmento da economia. A sociedade, em constante reformulação, apresenta a todo momento novas demandas, sendo estas de substancial importância para que se desenvolva novos modelos de negócios, criando assim concorrência e fazendo o mercado fluir. Não seria somente o aumento da atividade econômica e novas oportunidades, mas também uma mudança na composição delas, essa mudança de mercado, impulsiona o desenvolvimento econômico, por meio de informações e conhecimentos, podendo aderir novos produtos, novos métodos e creditar valores a esses novos e velhos negócios (TIGRE, 2006).

As comunidades rurais, no decorrer dos séculos, encontravam-se entre as principais fontes de produção de riqueza, sendo ultrapassadas pelo setor industrial e suas respectivas revoluções, e conseqüentemente. O progresso sempre esteve atrelado à procura de novos modelos negócios que dispusessem de incrementos na tecnologia. Atualmente o progresso se fundamenta em grande medida, no desenvolvimento de novas tecnologias, notadamente as tecnologias de comunicação e informação (CASTELLS, 2005).

As alterações mais significativas na estrutura econômica sempre ocorrem a partir da própria estrutura já existente, haja vista a necessidade de que não haja descontinuidades muito acentuadas e que o desenvolvimento apresente certa coesão. As mudanças são marcadas pela ascensão de novos empreendimentos, ou seja, pelo desenvolvimento de produtos ou novas formas de produção ou ainda por novas estruturas comerciais, trocando o velho e criando elementos novos, a destruição que gera a criação (SCHUMPETER, 1942).

Desta forma, Schumpeter (1934) assinala que a renovação estará relacionada com o seu real impacto sendo este radical ou incremental. Conforme cita o autor, as alterações radicais geram acentuadas transformações, possuindo características singulares se comparada com seu estado anterior. Já as transformações incrementais servem para dar prosseguimento ao processo de mudança, almejam melhorar produtos que já apresentam satisfatório aceite no mercado, porém, pode ser realizada para aumentar o público alvo.

Outro aspecto a ser destacado diz respeito a questão da concretude da inovação, que pode ser criação, inovação e a repetição. A criação é a etapa que precede a inovação e a repetição seria a consequência de uma inovação já existente (ONZI et al., 2017).

Para que a criação ganhe o status de inovação, em um primeiro momento, ela necessita receber o aceite e ser difundida no meio econômico, para, desse modo, ser proeminente do ponto de vista econômico. Assim, compreende-se que criar não diz respeito a inovar. A excelência de uma criação pode ser o elemento necessário para o resultado positivo de uma inovação, mas não um critério satisfatório (OECD, 2005).

Versando sobre os outros aspectos da inovação, esta pode estar relacionada com o desenvolvimento de novas formas de se produzir, buscando sempre a otimização da cadeia de processos, para que se possa reduzir os custos de fabricação e potencializar a sua distribuição, aumentando de modo geral, os níveis de eficiência (SCHUMPETER, 1934).

Outro importante elemento para a inovação dentro de uma perspectiva Schumpeteriana está atrelada à exploração de novos mercados ou ainda pouco explorados (TIGRE, 2006).

Por outro lado, como dito anteriormente a utilização de novas fontes de abastecimento de matérias-primas se apresenta como uma condição para a inovação defendida por Schumpeter (1934), sem considerar se essa fonte já era existente ou se foi descoberta.

Como importante aspecto também elencado a inovação está a inauguração de novos mercados, que em certos casos, podem ser determinantes para que ocorra o fenômeno da monopolização, haja vista os custos elevados para o desenvolvimento de um novo mercado (POSSAS, 2002).

As novas teorias acerca da inovação foram desenvolvidas por autores neoschumpeterianos, tais como Nelson e Winter, que avaliaram os estudos de Schumpeter e indexaram o aspecto tecnológico ao conceito da organização. As avaliações de Nelson e Winter são marcadas pela busca de compreender as inovações realizadas pelas empresas do setor industrial, analisando estratégias e resultados econômicos provenientes dessas inovações. Em um segundo momento, analisaram outras instituições, como forma de melhor mapear as estratégias mais empregadas quando o assunto é inovar (ONZI et al., 2017).

Segundo os neoschumpeterianos, o conhecimento tecnológico se desenvolve de modo dependente do conhecimento previamente acumulado, o chamado *path dependence*. Trata-se de um *continuum*, onde o desenvolvimento da organização não ocorre de forma aleatória, haja vista que a direção de seu desenvolvimento e as dificuldades enfrentadas para a ascensão em novos segmentos estão condicionadas aos conhecimentos historicamente acumulados pela humanidade (CARLEIAL, 2011).

O Manual de Oslo (OECD, 2005) separa a inovação em quatro dimensões: produto, processo, mudanças na cadeia de processos organizacionais e incrementos nas estratégias marketing. Conforme o manual, o produto é tecnicamente novo quando as características principais não se assemelham com os demais produtos que a empresa oferta. As inovações de processo compreendem a reformulação da cadeia de processos, abrangendo mudanças substanciais na técnica aplicada e na utilização de novos equipamentos objetivando reduzir os gastos com a produção. Já as inovações organizacionais, dizem respeito às alterações no modo de gerenciar organização, no preparo técnico dos trabalhadores, na relação com distribuidores e clientes e nas diferentes técnicas de estruturação dos processos de negócios.

Por último as inovações de marketing compreendem alterações substanciais no modo como o produto é apresentando para ser comercializado, envolvendo desde questões relacionadas à embalagem, preços e metas a serem alcançadas com o produto (ONZI et al., 2017).

A Internet tem sido cada vez mais importante para a evolução da sociedade e do mercado. A Internet das Coisas, por exemplo, é um tema cada vez mais relevante, pois é responsável pela conexão de diversos ambientes e indivíduos no planeta por meio de uma integração via conexão global (RIFKIN, 2016).

Entende-se que a Internet esteja alterando a economia das transações, com efeitos positivos para consumidores e para a economia

Deste modo, ter o conhecimento destas transformações, se faz primordial para melhor compreender como a inovação se manifesta, principalmente relacionada às instituições bancárias, sejam elas nacionais ou internacionais. E também para que se possa conhecer a influência das startups no desenvolvimento tecnológico e na inovação propriamente dita (RIFKIN, 2016).

O construto *fintech* origina-se na amalgama de finanças e tecnologia, o termo foi inicialmente relacionado a um programa de aceleração de *startups* gerenciado pela empresa Accenture, juntamente com a prefeitura de Nova York. Com o passar do tempo, *fintech* passou a responder pelo modelo de *startups* que gerem novidades no setor de serviços financeiros, com procedimentos relacionados com tecnologia. Geralmente, as *startups fintechs* concebem novas formas de negócio, relacionados, por exemplo, com conta corrente, cartão de crédito e débito, empréstimos pessoais e corporativos, pagamentos, investimentos, seguros, dentre outros (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015).

As *startups fintechs* forneceram incrementos que foram difundidos entre o meio bancário e a população de um modo geral, pois apresentam-se atreladas às transformações

tecnológicas em curso e que são de livre acesso para as pessoas, sendo tais procedimentos ajustados aos produtos de que a população faz uso no seu dia-a-dia (ONZI et al., 2017).

Como forma de conseguir informações importantes acerca das atuais necessidades do mercado, muitas das *startups fintechs*, pesquisas relacionadas à estruturação do mercado. Cada uma das estruturas de mercado aponta certos pontos fundamentais da relação entre oferta e demanda, e se fundamentam em alguns axiomas e especificidades vistos nos mercados, tais como: dimensão das empresas, a diversidade dos produtos ofertados, a transparência dos mercados, as metas dos empresários, entre outros aspectos relevantes (BARBOSA, 2018).

As formas ou estruturas de mercado estão relacionadas notadamente a três aspectos principais: totalidade de organizações que fazem parte de certo mercado; as características do produto - produtos homogêneos ou distintos; possibilidade ou não de entraves à entrada de novos empreendimentos no mercado. Certa estrutura de mercado apresenta algumas especificidades, à saber: saturação e dimensões das empresas do mercado; o nível de concentração relacionada aos demandantes; as características específicas do produto e o processo de entrada no mercado. As estruturas fundamentais são: o monopólio, onde o preço é fixado por um único vendedor; a concorrência perfeita; a concorrência monopolista e o oligopólio (PINHO; VASCONCELLOS, 2003).

As estruturas de mercado e os níveis de concentração apresentam íntima relação. A desenvolvimento dos setores, comumente, tende a estruturas de concentração do setor visto a sustentação das empresas com maiores competências e eficiência. A mudança de paradigma de setores em face à inovação pode modificar os graus de concentração, haja vista que permite que novas empresas ingressem no setor com alternativas, mais criativas e eficientes para equacionar os problemas que poderão existir (BARBOSA, 2018).

A inovação contribui a partir da informação e do conhecimento, que se conceba novos produtos e serviços, do mesmo modo, contribui com a criação de novos modelos de negócio, maximizando a produtividade de certo setor assim como modificar o as formas de competição.

Destarte, as inovações podem modificar a estrutura de mercado em trânsito e a performance das organizações de determinado segmento.

Pode-se observar que a estruturação de novas formas de comércio é realizada a partir de novas combinações realizadas pelo processo de inovação. Todavia, de modo diferente do processo de crescimento, em que as combinações são realizadas seguindo etapas previamente estabelecidas, na inovação, o desenvolvimento, paga tributos à criatividade e novas formas de

se estar no mercado, sendo que este desenvolvimento, em algumas ocasiões é reflexo de descontinuações e reordenamentos. Por esta via, destaca-se a elevada importância das inovações para o setor econômico. O processo da ‘descontinuidade criadora’ serve como proposta para se rever o status quo de certos processos, sendo compreendido como inerente ao capitalismo que deve, a todo momento, se reorganizar frente às demandas presentes na sociedade, possibilitando desta forma o desenvolvimento da economia (SCHUMPETER, 1942).

Afora a inovação de produtos, os modelos de negócio, do mesmo modo, podem submeterem-se aos processos criativos de inovação, influenciando, por fim, as estruturas de mercado.

Fato é que as inovações contribuem com o surgimento de novas organizações, utilizando-se no processo, novas tecnologias ou incrementando as já existentes, como meio de ingressar em mercados que em outros tempos seriam inalcançáveis. Os novos modelos de negócio se estabelecem de modo distinto se comparados aos mercados tradicionais, de longa data presentes, presentes em determinado segmento (BARBOSA, 2018).

Um modelo de negócio apresenta os rudimentos por uma empresa em toda a sua cadeia de processo e que agrega valor, seja ele socioeconômico ou cultural (LACASSE, 2016).

Deste modo, faz-se importante compreender como os modelos de negócios estão dispostos dentro do setor de prestação de serviços, para que se possa suprir às demandas de modo mais efetivo.

Todavia, a inovação em modelos de negócio é tão necessária quanto complexa de ser obtida. Sendo que é necessário fazer o uso de certos modelos até que, a partir da experiência decorrida de insucessos e análise de dados, se possa gerir um modelo ajustado tanto ao mercado quanto à política interna da empresa (CHESBROUGH, 2010).

Faz-se importante compreender o aspecto relacional entre o modelo de negócio e tecnologia, a qual compreende duas vias de alterações onde a eleição do modelo de negócio vai influenciar em como a tecnologia será monetizada e como ela será estruturada e, de outro lado, como a referida tecnologia poderá influenciar na ‘compleição’ do modelo de negócios (BADEN-FULLER; HAEFLIGER, 2013).

Salienta-se que, em determinados casos, os modelos de negócio poderão sofrer influências do meio externo e que isso poderá intervir na tomada de decisão em relação às disposições da empresa no que compete aos seus objetivos e metas a serem desenvolvidos. Entretanto, a partir de estratégias copiadas, as empresas com uma formulação estratégica defensiva se posicionam no mercado para diluí-los, nas situações em que a solução seja, de

fato, equivalente ou melhor. Assim sendo, para compreender como as organizações necessitam se dispor para conceber suas estratégias de inovação, é necessário examinar as especificidades de um modelo de negócio alicerçado nas TICs (WIRTZ; SCHILKE; ULLRICH, 2010).

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

3.1 INOVAÇÃO, FINTECHS E MERCADO FINANCEIRO

Modelos de negócios modernos estão mais propensos ao crescimento em diferentes níveis. Quanto maior o índice de renovação e modernização, mais positivos serão os resultados frente aos desafios que se apresentam em diferentes setores do mercado. As várias composições de mercado indicam como cada organização se posiciona e se encaixa em um determinado setor. Deste modo as organizações vão se acomodando de modo a melhor suprir as demandas presentes em cada segmento da economia. A sociedade, em constante reformulação, apresenta a todo momento novas demandas, sendo estas de substancial importância para que se desenvolva novos modelos de negócios, criando assim concorrência e fazendo o mercado fluir. Não seria somente o aumento da atividade econômica e novas oportunidades, mas também uma mudança na composição delas. Essa mudança de mercado, impulsiona o desenvolvimento econômico, por meio de informações e conhecimentos, podendo aderir novos produtos, novos métodos e creditar valores a esses novos e velhos negócios. (TIGRE, 2006).

As comunidades rurais, no decorrer dos séculos, encontravam-se entre as principais fontes de produção de riqueza, sendo ultrapassadas pelo setor industrial e suas respectivas revoluções, conseqüentemente. O progresso sempre esteve atrelado à procura de novos modelos negócios que dispusessem de incrementos na tecnologia. Atualmente o progresso se fundamenta em grande medida, no desenvolvimento de novas tecnologias, notadamente as tecnologias de comunicação e informação (CASTELLS, 2005).

As alterações mais significativas na estrutura econômica sempre ocorrem a partir da própria estrutura já existente, haja vista a necessidade de que não haja descontinuidades muito acentuadas e que o desenvolvimento apresente certa coesão. As mudanças são marcadas pela ascensão de novos empreendimentos, ou seja, pelo desenvolvimento de produtos ou novas formas de produção ou ainda por novas estruturas comerciais, trocando o velho e criando elementos novos, a destruição que gera a criação. Com a inovação, o produtor principia um processo de alteração econômica. Destarte, os consumidores ou aprovam a mudança, ou o produtor passa a fazer com que os clientes a desejem esses novos produtos (SCHUMPETER, 1942).

Inovar não constitui somente desenvolver algo que nunca existiu, mas diz respeito também no incremento das técnicas de produção que podem influenciar desde a qualidade até

as especificidades físicas do produto ou serviço, ou até mesmo a criação de modelos de negócios econômicos (OECD, 2005).

São cinco as condições para a inovação: a recepção positiva de um novo bem; a utilização de um novo meio de produção; a instauração de um novo mercado; o estabelecimento de nova fonte de suprimento das matérias-primas ou produtos pré-industrializados; a estruturação de uma nova organização de qualquer segmento. Os critérios para a inovação de produto, o qual dependerá da aceitação do cliente, está relacionado ao incremento e atualização das funções dos produtos. Nesta primeira forma de inovação, o criador passa a desenvolver novos bens e serviços e produzir bens singulares (SCHUMPETER, 1934).

Desta forma, Schumpeter (1934) assinala que a renovação estará relacionada com o seu real impacto sendo este radical ou incremental. Conforme cita o autor, as alterações radicais geram acentuadas transformações, possuindo características singulares se comparada com seu estado anterior. Já as transformações incrementais servem para dar prosseguimento ao processo de mudança, almejam melhorar produtos que já apresentam satisfatório aceite no mercado, porém, pode ser realizada para aumentar o público alvo.

Outro aspecto a ser destacado diz respeito a questão da concretude da inovação, que pode ser criação, inovação e a repetição. A criação é a etapa que precede a inovação e a repetição seria a consequência de uma inovação já existente (ONZI et al., 2017).

Para que a criação ganhe o status de inovação, em um primeiro momento, ela necessita receber o aceite e ser difundida no meio econômico, para, desse modo, ser proeminente do ponto de vista econômico. Assim, compreende-se que criar não diz respeito a inovar. A excelência de uma criação pode ser o elemento necessário para o resultado positivo de uma inovação, mas não um critério satisfatório (OECD, 2005).

Versando sobre os outros aspectos da inovação, esta pode estar relacionada com o desenvolvimento de novas formas de se produzir, buscando sempre a otimização da cadeia de processos, para que se possa reduzir os custos de fabricação e potencializar a sua distribuição, aumentando de modo geral, os níveis de eficiência (SCHUMPETER, 1934).

Outro importante elemento para a inovação dentro de uma perspectiva Schumpeteriana está atrelada à exploração de novos mercados ou ainda pouco explorados (TIGRE, 2006).

Por outro lado, como dito anteriormente a utilização de novas fontes de abastecimento de matérias-primas se apresenta como uma condição para a inovação defendida por Schumpeter (1934), sem considerar se essa fonte já era existente ou se foi descoberta.

Como importante aspecto também elencado a inovação está a inauguração de novos mercados, que em certos casos, podem ser determinantes para que ocorra o fenômeno da monopolização, haja vista os custos elevados para o desenvolvimento de um novo mercado (POSSAS, 2002).

As novas teorias acerca da inovação foram desenvolvidas por autores neoschumpeterianos, tais como Nelson e Winter, que avaliaram os estudos de Schumpeter e indexaram o aspecto tecnológico ao conceito da organização. As avaliações de Nelson e Winter são marcadas pela busca de compreender as inovações realizadas pelas empresas do setor industrial, analisando estratégias e resultados econômicos provenientes dessas inovações. Em um segundo momento, analisaram outras instituições, como forma de melhor mapear as estratégias mais empregadas quando o assunto é inovar (ONZI et al., 2017).

Segundo os neoschumpeterianos, o conhecimento tecnológico se desenvolve de modo dependente do conhecimento previamente acumulado, o chamado *path dependence*. Trata-se de um *continuum*, onde o desenvolvimento da organização não ocorre de forma aleatória, haja vista que a direção de seu desenvolvimento e as dificuldades enfrentadas para a ascensão em novos segmentos estão condicionadas aos conhecimentos historicamente acumulados pela humanidade. O *path dependence* é compatível com rupturas, conflagrações e descontinuidades, ou seja, mudanças de *status quo* (CARLEIAL, 2011).

Observa-se que as teorias econômicas da inovação estão em concordância com as rupturas, isto é, com a criação de inovações que oportunizam a criação de novos produtos, mercados ou até mesmo os modelos de negócio.

O Manual de Oslo (OECD, 2005) separa a inovação em quatro dimensões: produto, processo, mudanças na cadeia de processos organizacionais e incrementos nas estratégias marketing. Conforme o manual, o produto é tecnicamente novo quando as características principais não se assemelham com os demais produtos que a empresa oferta. As inovações de processo compreendem a reformulação da cadeia de processos, abrangendo mudanças substanciais na técnica aplicada e na utilização de novos equipamentos objetivando reduzir os gastos com a produção. Já as inovações organizacionais, dizem respeito às alterações no modo de gerenciar organização, no preparo técnico dos trabalhadores, na relação com distribuidores e clientes e nas diferentes técnicas de estruturação dos processos de negócios.

Por último as inovações de marketing compreendem alterações substanciais no modo como o produto é apresentando para ser comercializado, envolvendo desde questões relacionadas à embalagem, preços e metas a serem alcançadas com o produto (ONZI et al., 2017).

A utilização do conhecimento e da tecnologia se distribuiu de modo que os sujeitos estão conectados a um compartilhamento da informação, da economia e do empreendedorismo.

A Internet tem sido cada vez mais importante para a evolução da sociedade e do mercado. A Internet das Coisas, por exemplo, é um tema cada vez mais relevante, pois é responsável pela conexão de diversos ambientes e indivíduos no planeta por meio de uma integração via conexão global (RIFKIN, 2016).

Entende-se que a Internet esteja alterando a economia das transações, com efeitos positivos para consumidores e para a economia

Deste modo, todos esses processos de transformações históricas e avanços tecnológicos que acontecerem, influenciaram de alguma forma, as inovações presenciadas em nossa sociedade. Deste modo, ter o conhecimento destas transformações, se faz primordial para melhor compreender como a inovação se manifesta, principalmente relacionada às instituições bancárias, sejam elas nacionais ou internacionais. E também para que se possa conhecer a influência das startups no desenvolvimento tecnológico e na inovação propriamente dita (RIFKIN, 2016).

3.2 PROCESSO EVOLUTIVO

O construto *fintech* origina-se na amalgama de finanças e tecnologia, o termo foi inicialmente relacionado a um programa de aceleração de *startups* gerenciado pela empresa Accenture, juntamente com a prefeitura de Nova York. Com o passar do tempo, *fintech* passou a responder pelo modelo de *startups* que gerem novidades no setor de serviços financeiros, com procedimentos relacionados com tecnologia. Geralmente, as *startups fintechs* concebem novas formas de negócio, relacionados, por exemplo, com conta corrente, cartão de crédito e débito, empréstimos pessoais e corporativos, pagamentos, investimentos, seguros, dentre outros (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015).

As *startups fintechs* forneceram incrementos que foram difundidos entre o meio bancário e a população de um modo geral, pois apresentam-se atreladas às transformações tecnológicas em curso e que são de livre acesso para as pessoas, sendo tais procedimentos ajustados aos produtos de que a população faz uso no seu dia-a-dia (ONZI et al., 2017).

Como forma de conseguir informações importantes acerca das atuais necessidades do mercado, muitas das *startups fintechs*, pesquisas relacionadas à estruturação do mercado.

Cada uma das estruturas de mercado aponta certos pontos fundamentais da relação entre oferta e demanda, e se fundamentam em alguns axiomas e especificidades vistos nos mercados, tais como: dimensão das empresas, a diversidade dos produtos ofertados, a transparência dos mercados, as metas dos empresários, entre outros aspectos relevantes (BARBOSA, 2018).

As formas ou estruturas de mercado estão relacionadas notadamente a três aspectos principais: totalidade de organizações que fazem parte de certo mercado; as características do produto - produtos homogêneos ou distintos; possibilidade ou não de entraves à entrada de novos empreendimentos no mercado. Certa estrutura de mercado apresenta algumas especificidades, à saber: saturação e dimensões das empresas do mercado; o nível de concentração relacionada aos demandantes; as características específicas do produto e o processo de entrada no mercado. As estruturas fundamentais são: o monopólio, onde o preço é fixado por um único vendedor; a concorrência perfeita; a concorrência monopolista e o oligopólio (PINHO; VASCONCELLOS, 2003).

As estruturas de mercado e os níveis de concentração apresentam íntima relação. A desenvolvimento dos setores, comumente, tende a estruturas de concentração do setor visto a sustentação das empresas com maiores competências e eficiência.

A mudança de paradigma de setores em face à inovação pode modificar os graus de concentração, haja vista que permite que novas empresas ingressem no setor com alternativas, mais criativas e eficientes para equacionar os problemas que poderão existir (BARBOSA, 2018).

A inovação contribui a partir da informação e do conhecimento, que se conceba novos produtos e serviços, do mesmo modo, contribui com a criação de novos modelos de negócio, maximizando a produtividade de certo setor assim como modificar o as formas de competição.

Destarte, as inovações podem modificar a estrutura de mercado em trânsito e a performance das organizações de determinado segmento.

Pode-se observar que a estruturação de novas formas de comércio é realizada a partir de novas combinações realizadas pelo processo de inovação.

Todavia, de modo diferente do processo de crescimento, em que as combinações são realizadas seguindo etapas previamente estabelecidas, na inovação, o desenvolvimento, paga tributos à criatividade e novas formas de se estar no mercado, sendo que este desenvolvimento, em algumas ocasiões é reflexo de descontinuações e reordenamentos.

Por esta via, destaca-se a elevada importância das inovações para o setor econômico. O processo da ‘descontinuidade criadora’ serve como proposta para se rever o status quo de certos processos, sendo compreendido como inerente ao capitalismo que deve, a todo momento, se reorganizar frente às demandas presentes na sociedade, possibilitando desta forma o desenvolvimento da economia (SCHUMPETER, 1942).

Afora a inovação de produtos, os modelos de negócio, do mesmo modo, podem submeterem-se aos processos criativos de inovação, influenciando, por fim, as estruturas de mercado.

Fato é que as inovações contribuem com o surgimento de novas organizações, utilizando-se no processo, novas tecnologias ou incrementando as já existentes, como meio de ingressar em mercados que em outros tempos seriam inalcançáveis. Os novos modelos de negócio se estabelecem de modo distinto se comparados aos mercados tradicionais, de longa data presentes, presentes em determinado segmento (BARBOSA, 2018).

Um modelo de negócio apresenta os rudimentos por uma empresa em toda a sua cadeia de processo e que agrega valor, seja ele socioeconômico ou cultural (LACASSE, 2016).

Deste modo, faz-se importante compreender como os modelos de negócios estão dispostos dentro do setor de prestação de serviços, para que se possa suprir às demandas de modo mais efetivo.

Todavia, a inovação em modelos de negócio é tão necessária quanto complexa de ser obtida. Sendo que é necessário fazer o uso de certos modelos até que, a partir da experiência decorrida de insucessos e análise de dados, se possa gerir um modelo ajustado tanto ao mercado quanto à política interna da empresa (CHESBROUGH, 2010).

Faz-se importante compreender o aspecto relacional entre o modelo de negócio e tecnologia, a qual compreende duas vias de alterações onde a eleição do modelo de negócio vai influenciar em como a tecnologia será monetizada e como ela será estruturada e, de outro lado, como a referida tecnologia poderá influenciar na ‘compleição’ do modelo de negócios (BADEN-FULLER; HAEFLIGER, 2013).

Salienta-se que, em determinados casos, os modelos de negócio poderão sofrer influências do meio externo e que isso poderá intervir na tomada de decisão em relação às disposições da empresa no que compete aos seus objetivos e metas a serem desenvolvidos. Entretanto, a partir de estratégias copiadas, as empresas com uma formulação estratégica defensiva se posicionam no mercado para diluí-los, nas situações em que a solução seja, de fato, equivalente ou melhor. Assim sendo, para compreender como as organizações necessitam se dispor para conceber suas estratégias de inovação, é necessário examinar as

especificidades de um modelo de negócio alicerçado nas TICs (WIRTZ; SCHILKE; ULLRICH, 2010).

As TICs causam influência no modo como a organização terá de se estabelecer no mercado e que ela deve estar organizada de modo a suportar que seu modelo de negócio possa ser alterado, como forma de a empresa melhor suprir às demandas de mercado, agenciando tecnologias existentes e localizando tecnologias em desenvolvimento para anexá-las em seus modelos.

Wirtz, Schilke e Ullrich (2010) apresentam em suas pesquisas a existência de uma dinâmica de qualificação dos modelos fundamentados no que os autores nomearam ser os quatro C's e como eles influenciam os modelos, pois é importante que se tenha, de modo claro, a consciência sobre qual direção a empresa irá tomar com as possíveis mudanças e quais os ajustes necessários no modelo de negócio que irão se converter em vantagem competitiva. Deste modo, em um primeiro momento, os autores especificam a importância de se compreender minuciosamente as lacunas que a devida mudança irá fechar e, em segundo plano, estabelecer as oportunidades e incrementos na cadeia de processos dos domínios dos setores da empresa e de que forma se pode trabalhar para que o modelo de negócios da empresa seja alterado para que se alcance vantagens competitivas. Nesta fase, aferir o quadro de referência proposto pelos quatro C's é uma estratégia necessária. Os quatro C's são conteúdo, comércio, contexto e conexão.

A evolução dos mercados norteia as empresas para acomodações oligopolistas de mercado, isto é, somente as empresas mais capacitadas e hábeis se conservarão no mercado. A elevação dos níveis de concentração do setor aponta que as organizações que apresentam índices elevados de eficiência, competência de gerar taxas elevadas de lucro e que ofertam produtos e serviços que supram a demanda dos clientes apresentam maior probabilidade de se manterem ativas no mercado (BARBOSA, 2018).

Novos empreendimentos, mas que utilizam modelos 'velhos' de negócios, encontrarão muitas dificuldades para se estabelecerem, sendo de extrema importância que haja no cotidiano da empresa, a cultura da inovação como proposta de vantagem competitiva. A concentração é um processo que decorre da evolução dos mercados que elevam seus índices de eficácia.

Contudo, a inovação pode modificar essa questão e gerir novas escolhas quanto a estruturação dos modelos de mercado. Novos modelos de negócio, em cenários internos oligopolistas, são concebidos a partir da inovação e influenciam nas alterações nos níveis e formas de concorrência do setor (BARBOSA, 2018).

O setor bancário tem estimado papel para a economia, pois a sua disposição poderá gerar cenários tanto estáveis quanto instáveis para outros setores da economia, haja vista que fluxo de capitais, as formas de pagamentos, o volume de crédito disponível é administrado em grande medida, pelas instituições (BERGER; KLAPPER; TURK-ARISS, 2008).

O capital financeiro aparece quando se faz presente uma conexão entre o capital bancário e o capital industrial com a superioridade dos banqueiros sobre os industriais (HILFERDING, 1973).

A partir do processo de financeirização, os grupos econômicos dominantes do segmento industrial estruturam extensões financeiras que maximizam suas atividades industriais. O processo de evolução do sistema financeiro apresentava-se submetido ao denominado padrão-ouro.

O padrão ouro estabelecia as normas de concepção e trânsito monetário nos cenários nacional e internacional de modo que a emissão de dinheiro se apresentava condicionada ao estoque de ouro à disposição e em sua livre conversão nesse metal, e os pagamentos internacionais seriam efetivados com o referido metal, e as taxas de câmbio entre as moedas das diferentes nações deveriam ser proporcionais à sua estimativa em ouro. Tecnicamente, deveria haver uma equilibrção automática das instabilidades dos balanços de pagamento a partir de um fluxo internacional de ouro e uma adaptação da oferta monetária. Tal fluxo influenciaria no ajuste dos preços internos e uma reorganização da competitividade do país que apresentasse instabilidade financeira (BARBOSA, 2018).

O padrão ouro não apresentou bons resultados, haja vista a existência de diferenças nas organizações internas dos países, as dissemelhanças do comércio internacional e à inflexibilidade dos preços e custos. O padrão libra-ouro perdurou como resultado da hegemonia político-econômica e geográfica da Inglaterra (DATHEIN, 2002).

Como resultado da Primeira Guerra Mundial e da diminuição dos índices de crescimento da Inglaterra no quesito econômico, o modelo libra-ouro caiu em desuso. A crise dos anos 30, massificou o modelo protecionista da economia praticado pelos países e as desvalorizações cambiais pelos governos internos (BARBOSA, 2018).

Neste cenário observou-se o surgimento de inúmeras áreas comerciais e monetárias sem um padrão monetário dominante definido. Somente em 1944, depois do fim da Segunda Grande Guerra, durante conferência de Bretton Woods criou-se as instituições (FMI e Banco Mundial) e normas tendo como intuito administrar a economia global, estabelecer o sistema financeiro e incrementar o comércio em níveis mundiais. A hegemonia geopolítica e econômica dos EUA foi determinante para que o dólar fosse reconhecido como moeda

internacional, sendo sua atribuição fornecer liquidez internacional apropriada e disponibilizar estabilidade ao sistema financeiro internacional e para a economia como um todo (DATHEIN, 2002).

O padrão ouro-dólar atenuou-se no decorrer dos anos, haja vista a inaptidão do EUA tolerar o aumento e o incremento do comércio internacional e a demanda de dólares suscitada pelas inúmeras questões macroeconômicas e microeconômicas da economia global. Não ocorreu uma ruptura, nascendo assim um padrão intencional plurimonetário, apesar de existir ainda a hegemonia do dólar (BARBOSA, 2018).

Desde o fim do Bretton Woods, o sistema financeiro internacional sofreu enormes alterações em decorrência de inúmeras questões microeconômicas e macroeconômicas. Dathein (2003) aponta o desenvolvimento tecnológico e as modificações dos modos de concorrência como fatores fundamentais para as transformações depois desse período. As revoluções da informática e das comunicações permitiram inovações no setor financeiro e foram essenciais para o desenvolvimento do comércio internacional.

Contudo, o elevado desenvolvimento da informática e das comunicações via satélite foram determinantes para o estabelecimento de um quadro de especulação internacional que foram prejudiciais para às economias nacionais.

Neste ínterim são criados novas linhas de produtos e uma destacada elevação da disseminação de informação. A interconexão dos mercados e o substancial aumento do fluxo de operações foi determinante para o delineamento do conceito de globalização financeira, que simboliza a estruturação de um mercado financeiro mundial integrado, apresentando transações acima do volume de comércio de bens e serviços e investimentos (BARBOSA, 2018).

Até os anos de 1970, o setor financeiro era responsável pela regulação econômica em todo o mundo. A regulação esteve relacionada aos eventos posteriores a crise de 1929, que, objetivando evitar que ocorressem novos colapsos econômicos e problemas dos sistemas de pagamentos baseados no uso de depósitos à vista, apresentou fortes medidas de controle bancário no cenário pós crise de 1929 e no decorrer do regime de Bretton Woods. Essas ações asseguraram a tranquilidade do sistema financeiro até meados dos anos de 1970 (COSTA, 2012).

Após 1970, ocorreram ações de liberalização e desregulamentação no setor financeiro de inúmeras nações. A diminuição do Estado, o desenvolvimento tecnológico e o estabelecimento da securitização e derivativos foram determinantes para acentuar a cristalização de serviços financeiros e os processos de fusões e compras de instituições

financeiras, realidade esta, observada de modo acentuado no decorrer da década de 1990, apontando um processo de concentração bancária proeminente (CAMARGO, 2009).

A desvinculação da necessidade de lastro da moeda e a criação de produtos e serviços relacionados às tecnologias incipientes contribuiu para que o sistema financeiro obtivesse um panorama dissemelhante de outros setores.

O setor financeiro apresenta certas particularidades que decorrem de alterações de ordem estrutural de suas bases e do desenvolvimento tecnológico que possibilitou o estabelecimento de uma cultura inovadora, presente de modo mais discreto nos demais mercados. Cita-se por exemplo, a virtualização da moeda e a estruturação de ambientes e processos digitais que possibilitaram que o mais importante ativo do setor, a moeda, recebesse novas dimensões, tendo papel principal no desenvolvimento de novos negócios (BARBOSA, 2018).

3.3 SEGMENTO DE INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS E DE FINANÇAS NO BRASIL

A evolução do segmento financeiro e do segmento bancário no Brasil teve forte influência do setor internacional de finanças, além de diversas ações preventivas internas praticadas para que o setor de finanças do Brasil fosse devidamente desenvolvido e, principalmente, fortalecido.

A partir da estruturação do Banco do Brasil em 1808 – marco do estabelecimento do Sistema Financeiro Nacional – presenciou-se concisa evolução e alterações de ordem estrutural no setor bancário brasileiro relacionadas, em grande medida, a influência pública e de aspectos internos e externos.

O desenvolvimento tecnológico do setor e sua organização com o aparecimento de *startups fintechs* atesta que o setor bancário e financeiro brasileiro apresenta suas próprias particularidades.

A performance das *startups fintechs* no cenário nacional, relevando seus modelos de negócio e as propriedades do mercado que operam, determina o ecossistema das *startups fintechs* no Brasil.

Historicamente, após a década de 1950, ocorreu uma estabilidade do segmento bancário no Brasil, considerando-se as expectativas da economia naquele período. Nessa época, ocorreu uma disseminação das instituições bancárias, mesmo existindo baixa competência administrativo-empresarial de administração das instituições bancárias nacionais. As novas

normas arregimentavam que os bancos seriam responsáveis pelo segmento de capital de giro e outras operações de curto prazo. Criou-se então as instituições bancárias de investimento em 1965 e as associações de poupança e empréstimo no ano de 1969. O Banco do Brasil passou a ser uma instituição comercial mista, com operações também de longo prazo (FORTUNA, 2014).

Ainda no ano de 1969, aconteceu a união das Caixas Econômicas Federais em uma única instituição pública. Observou-se também, a elevação da atuação do Banco do Brasil no que compete ao mercado internacional. A partir de 1971, aconteceu o processo de centralização bancária, coordenado pela COFIE - Comissão de Fusão e Incorporação de Empresas. Tal processo objetivava o fortalecimento das instituições bancárias. O processo de reorganização do sistema bancário nacional já era observado desde os planos Cruzado e Bresser, atravessando a Constituição Federal (BRASIL, 1988) e alcançando a intervenção em instituições bancárias estaduais e privadas. As privatizações, as desnacionalizações e a concentração bancária apresentam-se como reflexos deste processo. A privatização do Banespa foi um dos principais aspectos relacionados aos ajustes que ocorreram nas instituições financeiras nacionais, potencializando deste modo, a competição e a centralização do mercado (COSTA, 2012).

Por meio da promulgação da Constituição Federal (BRASIL, 1988), as instituições estrangeiras foram proibidas de fixarem filiais em território nacional, do mesmo modo, foram tolhidas de exercer participação nas instituições bancárias nacionais, com exceção nas situações previstas conforme os acordos internacionais aos quais o Brasil é signatário ou quando se apresentam como interesse do governo nacional.

Contudo, não houve impedimento da expansão operacional do capital estrangeiro, possibilitando desta forma a modificação de 26 instituições não bancárias de capital estrangeiro em diversos bancos que detinham carteira comercial. Em contrapartida, os órgãos internacionais (FMI - Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial e OMC - Organização Mundial do Comércio) solicitavam que fossem abertos os mercados bancários domésticos, sobretudo dos países em desenvolvimento (CAMARGO, 2009).

O período subsequente à implantação do plano Real se apresenta como ponto de transformação para as instituições bancárias nacionais. Os novos parâmetros foram imprescindíveis para a solidificação e aumento da credibilidade do sistema bancário, de um modo geral, causando repercussões positivas em toda a estrutura de mercado. A partir da metade da década de 1990, doravante a implantação do Plano Real, observou-se a diminuição do número de instituições financeiras no Brasil como reflexo direto de liquidações, amalgamas

de organizações bancárias e novos direcionamentos acerca do controle de um grande volume de ações nesta época, em conjunto com mudanças realizadas pelo Banco Central do Brasil acerca de seu regimento interno e coordenação das instituições. Como reflexo destas transformações ocorreu aprofundada ‘mutação’ no modelo operacional utilizado pelos bancos no período pré-Real, trocando-se a receita inflacionária pela elevação das receitas provindas da intermediação e pela receita gerada pelo setor de serviços, a partir de instauração de novas taxas (COSTA, 2012).

A partir da extinção dos ganhos fáceis do floating, as instituições bancárias nacionais precisaram estruturar novas formas de obter receitas. Além do mais, os bancos necessitaram equacionar seus processos de reestruturação em face à globalização que fez com que inúmeras instituições estrangeiras se instalassem no mercado domésticos, deixando o mercado ainda mais competitivo (CAMARGO, 2009).

Como resposta, os bancos começaram a alinhar as suas políticas de modo a prospectar novos clientes, relevando as suas particularidades para poderem oferecer serviços ajustados para cada segmento (FORTUNA, 2014).

O Plano Real gerou profundas alterações no sistema bancário do Brasil, sendo responsável pelo fechamento de muitas instituições de pequeno porte e até mesmo algumas de médio e grande porte.

O sistema bancário viu-se obrigado a alterar sua maneira de financiamento, alterando a sua forma de interação com o capital, investindo menos em receitas inflacionárias e optando pela mediação financeira, de serviços e de tarifas. Avaliando o panorama geral, pode-se dizer que o sistema apresentou elevada celeridade e acomodou-se de modo ágil ao novo *modus operandi* (CORAZZA, 2000).

No decorrer dos anos de 1994 a 2000, foi presenciada a intenção para a alta concentração, principalmente, de instituições bancárias do segmento privado, sendo nestas, observada maior reestruturação para se adequar às políticas vigentes. Por outro lado, o aumento de capital dos bancos públicos federais elevou o patrimônio líquido das instituições fazendo com que os depósitos totais não fossem afetados pelo programa. As medidas desenvolvidas possibilitaram que as instituições se fortalecessem, obtivessem maior credibilidade, e também, que contribuíssem com a modernização das instituições bancárias e do cenário financeiro brasileiro, de um modo geral. As mudanças presenciadas foram determinantes para o destacado desenvolvimento tecnológico do setor bancário nacional que continua até os dias atuais (COSTA, 2012).

3.4 ASPECTOS CONCEITUAIS E MERCADOLÓGICOS

Inovar tem significado, para o setor bancário, investir tecnologias que disponibilizem maior comodidades e estabilidade a um novo perfil de cliente que procura por rapidez, custos atraentes, fácil acesso e mobilidade, busca por planos personalizados, multiplicidade de canais, interface intuitiva, dentre outros confortos.

Os avanços tecnológicos nos quais insere-se os incrementos na economia mundial, em especial os atrelados às TICs, como forma de combater à insatisfação dos clientes em certos aspectos de suas ‘vivências’ bancárias foram determinantes para que se houvesse motivação para a mudança e conseqüentemente para a criação de soluções inovadoras, criando espaço para a entrada no mercado financeiro das chamadas *startups fintechs* (BARROSO, 2018).

A consolidação da rede mundial de computadores internet no início da década de 1990, foi determinante para a instauração de um novo paradigma tecnológico.

As inúmeras dificuldades para a entrada de empresas no setor financeiro, como por exemplo, a estruturação de uma rede física de distribuição e infraestrutura tecnológica tiveram a sua importância reduzida frente ao avanço da internet.

O desenvolvimento do conceito de nuvem para o armazenamento de informações, os telefones móveis e demais dispositivos portáteis, contribuíram, também, em grande medida. Nos últimos anos do século XX, muitas organizações não financeiras aproveitaram a abertura de novas possibilidades para adentrar no setor financeiro. Desta maneira, em diversos casos, tais organizações mantiveram-se longe da fiscalização das instituições reguladoras. A partir desse momento, iniciou-se um processo revolucionário no mercado por meio das *startups fintechs* (CAF, 2016).

Considera-se que as instituições bancárias são, ao menos, afetadas de modo duplo pelo processo de inovação, a partir de: Inovações almejadas pelos próprios bancos, em face ao natural, mas incisivo processo de modernização e desenvolvimento tecnológico, realidade do próprio segmento, importante para melhor atender os seus clientes, de modo a estabelecer/conservar competitividade em detrimento da concorrência; *Startups fintechs*, cujas organizações podem ser compreendidas como organizações que utilizam alta tecnologia e que ofertam serviços financeiros. São destacadamente formadas por startups, isto é, empresas que, em linhas gerais, são recentes e que direcionam seu processo criativo para o desenvolvimento de produtos inovadores. Em geral, as startups, apresentam semelhanças em suas estruturas, porém, como dito, o diferencial entre elas, repousa em seus próprios processos criativos (BARROSO, 2018).

As *startups fintechs* atuam no mercado com o uso de tecnologias e soluções integradas – sistema computacional *cloud*, blockchain, big data, criptografia, entre outras soluções tecnológicas para atender demandas e necessidades no mercado e na sociedade, oferecendo estratégias na área de finanças - tanto para organizações, quanto para o consumidor final – buscando sempre a inovação como proposta de negócio (MOREIRA; LARGHI, 2017).

Barroso (2018) destaca alguns dos segmentos mercadológicos onde as *startups fintechs* tem atuado:

- Banco digital: instituições sem uma estrutura física bem estabelecida e que disponibilizam abertura de conta corrente à distância, como utilização da biometria para a realização de contratos, de modo geral todos os serviços ofertados podem ser acessados de modo remoto;
- Pagamento: realizado com o auxílio do celular ou outros dispositivos com conexão à internet e que suportam o sistema da startup; os pagamentos, podem também, ser realizados em cartões de débito e crédito com inteligência de dados e menores custos, como os pré-pagos; criptomoedas; formas de pagamento on-line para e-comércio; meios para movimentações digitais que compreendem carteiras digitais; agregadores de cartões de crédito (como por exemplo, PayPal);
- Empréstimo: abarca plataformas que colocam em contato investidores e empreendedores que realizam empréstimos com taxas menores que os bancos convencionais, sem a mediação de uma instituição bancária, no formato pessoa-pessoa (*peer-to-peer lending*);
- Financiamento: espaços on-line para que se financie produtos, serviços, projetos sociais e socioeducativos, a partir de doações ou na troca de benefícios como prêmios, compras coletivas como os denominados *Crowdfunding*;
- Investimento: aplicativos que sugerem quais as melhores opções de investimento, com base em informações como faixa etária, metas e habilidades acerca do mercado e Big Data;

- Planejamento financeiro: aplicativos que controlam gastos e contribuem na administração financeira de pessoas físicas ou jurídicas, robo advisor (planejamento financeiro de modo automático e sistematizado com base em algoritmos previamente desenvolvidos);
- Seguros: plataformas que possibilitam a realização de cotações, análises e requisição on-line de planos de seguros;
- Microcrédito: aplicativos que ofertam microcrédito digital.

Por um lado, podendo ser compreendidas como responsáveis por causar risco ao bom funcionamento das instituições bancárias tradicionais, as *startups fintechs*, de modo frequente, tem sido aliadas destas mesmas instituições, cooperando com a identificação de novas oportunidades, fazendo com que se expanda o mercado financeiro e incrementando os níveis de competitividade.

Como saída lógica, muitas vezes, as instituições bancárias mais consolidadas, apresentam o comportamento de aquisição das *startups fintechs* que apresentam boa performance, ou que encontrem desenvolvem soluções inovadoras para velhos problemas, de forma que, com a aquisição, possam se beneficiar duplamente: extinguem um adversário e absorvem as habilidades e conhecimentos desenvolvidos no interior da *startup fintech* (BARROSO, 2018).

A cooperação entre instituições bancárias e *startups fintechs* não extingue a possibilidade de disrupção no setor bancário, mas, faz com que os bancos voltados para esta forma de trabalho em conjunto possam melhor se reestruturar frente as novas demandas do cenário financeiro contemporâneo.

As grandes instituições a estão realizando a partir de inúmeros programas de inovação, à saber, incubadoras, plataformas abertas, livre competição, agenciamento de novas organizações e co-participação em consórcios ou joint-venture para co-criação e cooperação (CAF, 2016).

Apontam-se, por exemplo, as plataformas abertas. Nestas, os bancos estruturam as suas plataformas tecnológicas para que, com o desenvolvimento de programas intermediários ou APIs (interfaces de programação de aplicativos), outros empreendimentos, notadamente *startups fintechs*, possam ter acesso as bases de dados dos bancos para criar inovações utilizando as informações dos clientes e seus respectivos processos.

Além do referido processo de incremento tecnológico bancário e das sociedades com as *startups fintechs*, importante salientar acerca da possibilidade dos gigantes da tecnologia, como por exemplo, o Google, Apple, Amazon e Facebook, adentrarem mais incisivamente no mercado financeiro, confiando em uma esperada diminuição das exigências presentes nos regimentos do segmento, o que se traduziria em expressivos riscos às instituições bancárias tradicionais, bem como uma substancial elevação da concorrência no mercado financeiro (BARROSO, 2018).

As grandes empresas de tecnologia têm realizado ‘estádias limitadas’ no setor financeiro.

Suas atividades no setor, se referem em grande medida, ao desenvolvimento de modelos de pagamentos móveis e carteiras digitais, como Apple Pay e Android Pay, porém nenhuma das empresas supracitadas parece apresentar, no seguinte momento, genuíno interesse em desenvolver novas cadeias de processos e ter que arcar com a excessiva carga tributária que recaí sobre as tradicionais instituições bancárias (MOREIRA; LARGHI, 2017).

Assim sendo, o Fintechlab (2017) admite que os mercados de pagamentos e de transferência de recursos tem se apresentado como ótimas possibilidades de elevação de capital para essas gigantes da tecnologia

Entretanto, compreende-se que esta movimentação já se apresenta como um risco para os bancos, haja vista que a receita que decorre dos pagamentos perfaz entre 50% a 60% do total e que, mesmo considerando que, em diversas nações o pagamento ainda se realiza em espécie, as transações digitais, com o passar do tempo, irão ser responsáveis pela maior circulação de capital do mercado.

Ademais, a atividade destas empresas não se encerra nesta única atividade, porém passa a dispor de soluções de crédito e até formas de se investir, se configurando como um risco ainda mais elevado para os bancos, mesmo que, como dito anteriormente, ainda não se observe a referida disposição em adentrar de modo mais acentuado neste setor (MOREIRA; LARGHI, 2017).

De frente a essa perspectiva, a partir de um entendimento mais amplo, compreende-se que o setor de *startups fintechs* é diversificado, sendo principalmente disposto por dois tipos específicos de organizações, um deles é o de startups que buscam se especializar em nichos peculiares do segmento de serviços financeiros e o outro é constituído por gigantes da tecnologia, do e-comércio e da telecomunicação, à saber, Amazon, Samsung, Vodafone e Alibaba que agregam serviços financeiros à sua cadeia de negócios e de serviços (BARROSO, 2018).

Cita-se, à critério de exemplificação, o Alibaba, uma poderosa empresa chinesa do comércio eletrônico que também é conhecido como o maior responsável pelos pagamentos digitais e de administração de fundos da China.

A Amazon, na mesma perspectiva, dispõe de uma forma online de pagamento (Amazon Payments) e uma plataforma onde se realiza empréstimos e linha de crédito para outros empreendedores em sua plataforma (Amazon Lending). Estes, sem contar o Google, Intel, Apple, Samsung, Facebook e outras renomadas organizações, fazem-se presente nesse mercado a partir de inovações próprias ou em conjunto com outras organizações e são vistas, por peritos da área, como os concorrentes que podem apresentar maiores riscos à hegemonia dos bancos (MOREIRA; LARGHI, 2017).

Essas organizações têm a possibilidade de estruturar pacotes que mesclam seus produtos a serviços financeiros, sendo estas atividades, muitos difíceis ou até mesmo impraticáveis pela maioria dos bancos tradicionais. Entendendo-se como uma disruptura inevitável, a celeridade e a dimensão destas modificações deverão variar entre as nações, pois irão depender da interação de inúmeros fatores, tais como: cultura de consumo local; massificação variável da utilização da telefonia móvel e internet, qualidade da transmissão de dados; percentual da sociedade que utiliza os serviços dos bancos; regimentos internos; entre outros aspectos relevantes (CAF, 2016).

A tecnologia se apresenta cada vez mais como uma base imprescindível para as empresas do setor financeiro. A partir de 2009, as instituições financeiras elevaram a ramificação de seus pontos de atendimento, notadamente nas regiões menos povoadas, do mesmo modo, observou-se o aumento da demanda por serviços financeiros. A internet foi fundamental para que ocorresse a inclusão financeira no Brasil (FONSECA; CORREA; MEIRELLES, 2010).

As alterações de comportamento da população são indicadores das transformações que irão ocorrer em um futuro próximo, nas agências bancárias, sendo que a sua estrutura, de um modo geral, deverá se adequar à nova realidade, sendo estas mais consultivas e menos transacionais (FEBRABAN, 2017).

Os bancos que direcionam seus investimentos para a área de TI desenvolvem o nível de eficiência de seus processos, sendo o retorno do capital investido na maioria dos casos, positivo (BARBOSA, 2018).

Nas instituições financeiras, a TI compreende muitos dos aspectos estratégicos, haja vista que seu desenvolvimento irá influenciar toda a cultura e estrutura organizacional. Em linhas gerais, faz-se importante que o setor de TI receba destaque e investimentos para que

possibilite o desenvolvimento estratégico da instituição (LUNARDI; DOLCI; MAÇADA, 2010).

Aspectos culturais da sociedade, como por exemplo a noção de segurança acerca da internet, são importantes influenciadores da elevação ou não do fluxo de transações a partir da utilização do *Home Banking*.

Sendo que a aceitação desta forma de transação influenciará em maior proporção do que o simple aumento de pessoas com acesso à Internet. Contudo, faz-se necessário informar a desaceleração desde o início de 2010 do fluxo de transações feitas com a utilização da *Internet Banking* fruto principalmente, do baixo desenvolvimento desse canal, e da mesma forma, do desenvolvimento de novos assim como canais que disponibilizam, iguais comodidades aos clientes, como por exemplo *Mobile Banking* (FEBRABAN, 2017).

Como forma de aumentar o fluxo, faz-se necessário, desenvolver de modo mais acentuado as políticas de marketing, fazendo com que a população tenha o conhecimento da segurança, comodidade e facilidade da utilização destes serviços de pagamento, fazendo com que mais *startups fintechs*, se interessem pelo desenvolvimento de novas tecnologias em relação a este serviço.

3.5 MERCADO FINANCEIRO: REGULAMENTAÇÃO, FORTALECIMENTO E PRINCIPAIS IMPACTOS SOCIAIS E MERCADOLÓGICOS DAS *STARTUPS FINTECHS*

O setor bancário e financeiro apresenta elevada importância para a economia e para o mundo dos negócios, de um modo geral.

Com o advento do século XX, a alargamento da conceitualização acerca do construto do capital bancário fez com que esse passasse a ser reconhecido como financeiro. Essa nova conceitualização foi fruto da amalgama entre o capital bancário e o capital industrial.

O conceito de capital financeiro responde a uma ampla gama de produtos e serviços – bolsa de valores, derivativos, alavancagem, hedge, entre outros – que decorrem do incremento da economia e da necessidade de financiamento e amparo ao setor produtivo. Deste modo, ocorreu, no mercado de finanças, a mudança do sistema bancário para um sistema financeiro (BARBOSA, 2018).

O setor bancário e financeiro apresentam índices substanciais de concentração e uma abrangência de proporções globais que possibilitam o desenvolvimento de negócios inúmeros atores do cenário econômico.

A disposição contemporânea do setor financeiro é reflexo de um processo condicionado a necessidade de se existir um ambiente financeiro adequado, com níveis elevados de segurança, com alta confiabilidade e que contribua com desenvolvimento econômico, sendo este desenvolvimento, fundamental para retroalimentar o sistema, a partir de novos investimentos no setor de tecnologias que irão se converter em melhorias nos serviços financeiros (BARBOSA, 2018).

O processo de evolução das tecnologias foi determinante para o setor, haja vista que permitiu o desenvolvimento de produtos e serviços e otimização de processo das organizações do próprio setor, impulsionando indiretamente outros os segmentos da economia

Da mesma forma que em outras épocas, as inovações possibilitaram importantes mudanças no setor. O acesso de novas organizações no mercado financeiro, por meio das denominadas *startups fintechs*, se relaciona de modo íntimo com este processo evolutivo (BARBOSA, 2018).

A concorrência de mercado se fundamenta no preço, contudo, no segmento bancário está mais relacionado às taxas de juros cobradas pelas instituições bancárias aos clientes. Em um ambiente agressivo de competição, há uma diminuição das taxas de juros cobradas pelos bancos e, por conseguinte menores lucros.

Quando o setor bancário foge da concorrência agressiva, faz-se presente a inflexibilidade de preços. Nos EUA, os bancos taxam as grandes empresas com a denominada prime rate, sendo esta a principal forma de tabelar os preços.

As especificidades da prime-rate estão condicionadas às alterações no mercado e tal taxa é utilizada como base para outras taxas que são estabelecidas. A alteração da prime-rate, quando efetivada por um banco, também feita pelas muitas instituições bancárias do setor. Esta 'liderança' pode ser coordenada pelas instituições de forma alternado (PINDYCK; RUBINFELD, 2010).

As instituições bancárias que possui elevado capital de mercado são constantemente expostas aos riscos ao seu portfólio de empréstimos.

À medida que os bancos expandem seu poderio de mercado, seu valor de mercado também acaba se elevando.

Considera-se que tal elevação está condicionada à concentração de capital decorrente de sua maior atuação no setor. Por serem instituições com maior concentração, são mais requisitadas pelo grande público, deste modo, as instituições acabam por cobrar taxas mais elevadas como forma de protecionismo ao seu capital, sendo estas taxas seguidas por outros bancos de menor expressão (BERGER; KLAPPER; TURK-ARISS, 2008).

A concepção de *trade-off* entre concorrência e estabilidade culminam na necessidade de elevação da regulação bancária para garantir tanto a competitividade quanto a estabilidade. O instrumento mais usualmente empregado é o requisito de capital mínimo. Assim sendo, os banqueiros são compelidos a dispor de uma expressiva quantidade de capital e por conseguinte, bancar maiores riscos (ALLEN; GALE, 2003).

Descompassos são menos observados em sistemas bancários que apresentam maior concentração de capital, nas nações com regulação reduzida que minimizam a competitividade bancária e seus processos, em economias com instituições já consolidadas que encorajam a competição e respeitem os direitos de propriedade (BECK; KUNT; LEVINE, 2003).

Nesse sentido, verifica-se que a concentração e a competição são características que diminuem a vulnerabilidade do setor bancário.

Os níveis de competição e estabilidade do sistema bancário dependem dos impeditivos de entrada intrínsecos ao mercado.

Além do mais, em se tratando do cenário nacional, as restrições acerca do capital estrangeiro e demais regulações impeditivas estão relacionadas também a atuação

mercadológica das companhias de seguro, bem como as corretoras da área financeira (LAEVEN; VALENCIA, 2013).

Porém, pode-se observar certa diminuição nas barreiras como resultado do desenvolvimento tecnológico, de regulação e das instituições, de um modo geral. As barreiras de entrada no mercado financeiro diminuíram em função dos avanços tecnológicos, regulatórios e institucionais. Tais incrementos contribuíram com o estabelecimento de novas fontes de financiamento e maior liberdade de giro do capital, minimizando o controle da informação e contribuindo com o estabelecimento novos canais entre credores e devedores. Por outro lado, a aparição dos grandes conglomerados financeiros alterou de modo significativo os níveis de competição do segmento bancário, considerando que os ganhos de escala e escopo, a representatividade no interior do mercado e sua relação com todo o sistema ocasionam um sólido impeditivo para a entrada de novos atores no mercado (MARTINS, 2011).

A concorrência no mercado financeiro apresenta certas especificidades de maior complexidade se comparadas aos demais setores da economia. Assim como presenciado na indústria, a concentração de capital no setor bancário prejudica o trânsito do capital. Porém, a concentração bancária gera instabilidade do próprio setor bancário de forma dissemelhante do que presente no setor industrial. De qualquer forma, independente do setor, o aumento da concorrência eleva a qualidade dos serviços e produtos e contribui com a economia, de um modo geral (ALLEN; GALE, 2003).

O elevado nível de concentração, aferido, por exemplo, pelo market-share das grandes organizações financeiras, tende a influir de modo negativo na eficiência da intermediação financeira. Os reguladores, porém, tentando evitar a instabilidade do setor bancário, passam a utilizar medidas que impedem a elevação da competitividade no setor (BERGER; KLAPPER; TURK-ARISS, 2008; MIRIAM; FARAZI; KANZ, 2013).

É quase impossível ‘desbancar’ os bancos. Relevando o último período de inovação disruptiva no ambiente tecnológico e o incremento do *e-commerce*, muitas empresas tentaram sem sucesso competir com as instituições bancárias.

Destas centenas de organizações, somente a empresa PayPal estabeleceu-se no ambiente mercadológico, embora sem ter modificado a cadeia de processos do setor bancário. Os bancos são extremamente fundamentais para o desenvolvimento mercadológico e econômico, apresentando um papel singular e imprescindível para diversos outros segmentos da economia, são instituições altamente reguladas, detém o monopólio de crédito e seus

respectivos riscos, são os mais elevados e são os responsáveis pelas maiores redes de pagamento (DIETZ; HV; LEE, 2016).

As inovações de pagamento estão transformando o mercado. A utilização de novas tecnologias atreladas a estes processos, se configura como o principal, sendo o substancial emprego de smartphones, determinante em grande medida para esta realidade (HEDMAN; HENNINGSSON, 2015).

Por sinal, em referências aos canais estruturados em que o serviço é realizado, ter uma solução omni-channel é um exemplo da pressão feita pelas novas organizações do setor financeiro sobre as instituições financeiras convencionais (KOTARBA, 2016).

Considera-se as alterações de ser e estar em sociedade, assim como a pressão exercida pelas organizações não bancárias, como preponderantes às mudanças na forma como se estabelecem os serviços das instituições bancárias, isto é, as *startups fintechs* estão ditando as novas regras que serão utilizadas neste setor (JAYE, 2015).

A aplicação prática de técnicas e ações associadas a soluções inovadoras e competitivas por meio de *startups fintechs* em território brasileiro ainda é recente e escasso de estudos científicos.

E, mesmo diante de poucos estudos no Brasil, o segmento de *startups fintechs* apresenta-se em constante evolução no cenário brasileiro. As transações financeiras praticadas por meio de aparelhos móveis são consideradas as principais alternativas do povo brasileiro para efetuar transações no setor bancário (CONEXÃO FINTECH, 2017).

A definição de *startups fintechs* é considerado um negócio recente, e representa a junção de artigos do setor financeiro com as inovações tecnológicas; tais companhias possuem em seu DNA um aplicativo que propõe o aperfeiçoamento de técnicas, com a finalidade de proporcionar experimentos superiores aos consumidores e agilizar suas transações, possibilitando que alcancem suas expectativas financeiras – aplicações, liquidações e poupanças (POLLARI, 2016).

O parecer do Conexão Fintech (2017) especificou determinadas metas e objetivos das *startups fintechs*: a) aprimorar o conhecimento dos clientes; b) agilizar transações; e c) descomplicar os procedimentos.

As *startups fintechs* são capazes de concorrer no momento atual dos negócios, em consequência da desordem da gestão do sistema bancário clássico, resultante de um sistema despojado (POLLARI, 2016).

Em relação às principais operações das *startups fintechs*, destacam-se: operações relacionadas a investimentos; operações de finanças com foco no ambiente interno; gestão de

riscos no mercado financeiro; operações de pagamentos; oferecimento de infra-estrutura para operações financeiras; técnicas e soluções preventivas para a segurança de dados financeiros dos clientes (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2016).

As *startups fintechs* são extremamente importantes no cenário mercadológico do Brasil. Tal importância pode ser mensurada por meio de alguns dados que destacam o crescimento das TICs no país.

Os meios digitais tiveram a sua consolidação a partir da segunda década do século XXI, destacando-se os serviços oferecidos via aplicativo para celular – segmento de *mobile banking* –, com um grande volume de transações financeiras. Somente no ano de 2016, houve uma movimentação financeira equivalente a R\$ 21,9 bilhões envolvendo aplicativos em dispositivos móveis. O *mobile banking* é responsável por um terço de todas as transações bancárias no Brasil, e essa participação no mercado financeiro brasileiro tende a crescer nos próximos anos. Somente no período entre 2013 a 2016, por exemplo, houve um crescimento quadruplicado do *mobile banking* no Brasil (FEBRABAN, 2017).

No ano de 2016, as *startups fintechs* embolsaram mundialmente cerca de 22 bilhões de dólares em aplicações, sendo o Estados Unidos o país mais lucrativo. Já no nosso país, as aplicações nas modernas *startups fintechs* excederam os 500 milhões de reais. Daqui por diante, as *startups fintechs* tornam-se o centro de inúmeras pesquisas ao redor do mundo, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, no qual esta modalidade já exerce maior influência (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2016).

O ramo de segmentos financeiros trata-se de um comércio regional. A fim de trazer inovações e empreendedorismo para um país, não é suficiente introduzir apenas mercadorias e métodos estrangeiros.

É necessário acatar as normas regulamentadoras e compreender a organização política e econômica da região.

E, além disto é preciso compreender que a associação entre o cliente e o seu capital financeiro, é exclusiva de cada indivíduo e diversifica-se conforme sua região e seus costumes. Impactando nas mais diversas atividades financeiras, tornando-se imprescindível a compreensão deste método inovador, que envolve as *startups fintechs* torna-se de suma importância, tanto para a sociedade, quanto para o mercado (LOPES; ZILBER, 2017).

Aproximadamente dois bilhões de habitantes do planeta não possuem contas em bancos e nem a possibilidade de consultar serviços financeiros habituais. Cerca de 55 milhões de pessoas não possuem acesso a estes serviços no nosso país. Tais fatores tem relação com o pouco contato com dinheiro, carência de conhecimento sobre o assunto e a falta de confiança

dos cidadãos no sistema financeiro, além de muitas vezes o sistema bancário não ofertar serviços pertinentes a esta parcela da população (POLLARI, 2016).

Entretanto, as *startups fintechs* há um determinado período, já identificam esta parcela da população como clientes iminentes.

A quantidade de pessoas que utilizam celulares *smartphones* em países em desenvolvimento cresce a cada ano, e as *startups fintechs* pretendem usar esta tecnologia como alternativa para alcançar e integrar estas pessoas para o segmento financeiro global, tendo como exemplo o M-Pesa, do Quênia, que possibilita a quitação de títulos via sms. No nosso país, podemos citar o Banco Maré, que visa simplificar o dia a dia de 200 mil habitantes do Complexo Maré, no Rio de Janeiro, frisando que nesta localidade, lotéricas ou segmentos bancários, para a realização de atividades financeiras, são serviços deficientes, além de incluir também outras alternativas relevantes como o sistema ContaSuper e o SDBank. No ano de 2016, o Banco Central convocou profissionais experientes, inclusive profissionais que administram *startups fintechs*, com a finalidade de debater na Conferência de Cidadania Financeira como enfrentar tais situações. Tal circunstância, indica que as autoridades administrativas estão motivadas a compreender como as *startups fintechs* pretendem colaborar (CONEXÃO FINTECH, 2017).

De forma genérica, as modalidades com mais complexidade de difundir-se pelo Brasil, devido a propagação do SPB – Sistema de Pagamentos Brasileiro e do cartão de crédito, são as modalidades alternativas de pagamentos, que por sua vez, obtiveram amplo êxito global. Contudo, não carecesse de alternativas e circunstâncias para a inovação. Entretanto, as *startups fintechs* de integração financeira salientam, a complexidade de esquivar-se de falsificações nos programas e a dificuldade de atingir uma quantidade razoável de clientes (LOPES; ZILBER, 2017).

No ano de 2016, observou-se um impulso introdutório de harmonização entre as entidades regulamentadoras e as *startups fintechs*, tornando-se cada ano mais forte. O aparecimento de novas *startups fintechs* intensifica-se, mesmo por meio dos bancos mais populares e convencionais (CONEXÃO FINTECH, 2017).

As instituições responsáveis pela regulamentação têm analisado de forma positiva a inovação introduzida por meio das *startups fintechs* e preocupam-se menos em regulá-lo e encontram-se mais ocupados com a fiscalização e compreensão sobre este novo método. O Poder Público, em nível federal, tem estudado a alternativa de viabilizar transformações na normatização de determinadas atividades e artigos financeiros, que incidem sobre as *startups fintechs*, levando em consideração a área de influência. Tendo como exemplo, a diminuição

do prazo de arrecadação do cartão de crédito pelos comerciantes, submetendo determinadas *startups fintechs* a reconsiderar seu padrão original de transação ou a retirar-se desta modalidade de serviço (LOPES; ZILBER, 2017).

As *startups fintechs* de compensações vivenciam a esperança de um progresso mais consistente em relação a entrada das credenciadoras de crédito, com o objetivo de favorecer essas *startups fintechs*.

O Banco Central também apresenta indícios de que tem supervisionado o setor *Peer-to-peer* de empréstimos, aproveitando-se das normas cabíveis e vossos respectivos bancários. Um outro tema de grande importância associado a questões de regulamentação, está relacionado a união das *startups fintechs*, concebidas por peritos do assunto e agenciadores do conjunto - ABF – Associação Brasileira de *Fintechs* e ABIPAG – Associação Brasileira de Instituições de Pagamentos, por exemplo – com a finalidade de reunir organizações brasileiras que atuam no mercado de formas de pagamento. Estas sociedades auxiliam na comunicação entre as instituições regulamentadoras e as *startups fintechs*, ao invés de analisar cada tópico particularmente (CONEXÃO FINTECH, 2017).

3.6 A IMPORTÂNCIA DAS *STARTUPS FINTECHS* NO MERCADO FINANCEIRO

A *startup* é uma propulsora que faz com que ideias se tornem produtos e serviços. Mediante interação dos clientes com produtos e serviços, muitos dados são gerados, fornecendo um importante feedback. O *feedback* apresenta um caráter tanto qualitativo quanto quantitativo, envolvendo o bem estar do cliente e os números acerca da quantidade de indivíduos que fazem uso de determinado produto ou serviço (BARBOSA, 2018).

Em grande medida, as *startups fintechs* geralmente ofertam produtos e serviços com valores mais convidativos que os bancos convencionais, pois foram criadas no mundo digital, tendo que arcar com menos custos relacionados à sua estrutura física e taxaço. Os modelos de negócio são estruturados de modo a usufruírem o máximo que conseguirem da legislação vigente, evitando deste modo, gastos elevados. Tais questões aliadas a um sistema de remuneração também singular, abalizado pelo *stock options*, influenciam na lucratividade destes empreendimentos e com preços mais acessíveis para os clientes (AKKIZIDIS; STAGARS, 2017).

Observa-se no cenário europeu, a maior quantidade de *startups fintechs*. Sendo Reino Unido, Estados Unidos (América) e Espanha os principais representantes (BARBOSA, 2018).

EUA, China e Reino Unido destacam-se devido à maior quantidade de *startups fintechs* atuando no mercado. O Brasil conta com duas *startups fintechs* que se encontram dentro da lista das 50 *startups fintechs* que se destacam na área de inovação - Nubank e a VivaReal. O Brasil tem uma quantidade de *startups fintechs* equivalente ao número de *startups fintechs* presentes na Alemanha, no Canadá, na Índia e na Suíça (KPMG, 2016).

Em relação ao comportamento financeiro dos indivíduos no Brasil (FINTECHS, BLOCKCHAIN E MOBILE NO BRASIL, 2016), destacam-se três importantes aspectos:

- 22% utilizam Mobile Banking pelo menos uma vez por semana para efetuar o pagamento de suas contas;
- 41% conferem o saldo semanalmente, a partir de seus smartphones;
- 19% utilizam Mobile Banking semanalmente, como forma de concretizar transferências

As *startups fintechs* são organizações que fazem o emprego plataformas de inteligência digital para desenvolver soluções que apresentam bons índices de custo-benefício em detrimento das instituições convencionais de serviços financeiros. Caracterizam-se por apresentarem uma proposta de valor, mas convidativa para o cliente, se comparada às instituições convencionais e que, desta forma, confere valor à sua marca, sendo que o procedimento para obtenção de lucros diz respeito a rendas decorrentes de pequenas taxas em grande escala (LACASSE, 2016).

A concepção e a ascensão das *startups fintechs* estão intimamente relacionadas com a crise financeira e na expressão da desconfiança criada por tal crise (MENAT, 2017).

Gibson (2015) agrupa a opinião de peritos e informa que, de fato, as instituições financeiras convencionais estão com o prazo de validade já estabelecido em detrimento da ruptura ocasionada pelos novos atores nos modelos presentes, atualmente, no mercado financeiro. Assim sendo, como cita o autor, as instituições bancárias tradicionais deverão se coligar às *startups fintechs* de modo colaborativo. Se não houver a absorção das *startups fintechs* por parte dos bancos como forma de prover soluções tecnológicas, as *startups fintechs*, possuem grande chance de suplantarem o modelo de negócio dos bancos em uma realidade próxima

De acordo com Rosov (2016), existem três aspectos que podem estar relacionados com uma ruptura: a ascensão de uma nova organização em um segmento onde os produtos ou serviços já não suprem de modo adequado às demandas; certo desenvolvimento tecnológico que permita a mudança do *status quo* relacionado a certo processo; elevado descompasso entre as instituições presentes em um segmento, fazendo com o capital se concentre de modo demasiado e impossibilite o seu giro apropriado. As três condições podem ser evitadas quando se faz o emprego de inteligência estatística utilizada por certas *startups fintechs*, contribuindo com a noção de que as *startups fintechs* serão determinantes para ruptura dos atuais modelos de negócios financeiros convencionais.

Um a cada três jovens com no máximo 35 anos já fizeram o uso de ao menos dois serviços a partir de *startups fintechs*. Além disso, no que compete aos níveis de aceitação e utilização, cerca de 52% da população que não utiliza os serviços, assim o fazem pelo desconhecimento, por outro lado 33% informaram que preferem meios convencionais e 12% apontaram a desconfiança como principal fator impeditivo para adoção dos serviços das *startups fintechs*. Os dados atestam que ainda existe uma parcela significativa que, ou desconhece ou de certa forma, não confia na utilização de meios digitais na realização de processo financeiros (GULAMHUSEINWALA; BULL; LEWIS, 2015).

Pode-se observar que o segmento de serviços financeiros se apresenta em fase inicial de disrupção digital. Todos os serviços financeiros respondem, em um contorno mais abrangente, à demanda fazer girar o capital. A função das novas tecnologias aparece como forma de possibilitar comodidade, agilidade e elevação do fluxo destas transações em níveis ótimos e a custos reduzidos. A entrada das organizações voltadas para o desenvolvimento tecnológico no setor financeiro busca suprir uma série de lacunas e aproveitar as oportunidades que são aproveitadas pelo sistema bancário convencional (KASHYAP; WEBER, 2017).

Existem dois tipos de *startups fintechs*: as disruptivas – são organizações que ofertam serviços alternativos ao sistema financeiro tradicional - e as colaboradoras, que são os empreendimentos que buscam contribuir no desenvolvimento dos bancos de modo a otimizar seus processos. Existem deste modo, *startups fintechs* com o perfil competidor e perfil colaborativo. Importante ressaltar que o posicionamento dessas organizações podem se alterar no decorrer do tempo (DIETZ; HV; LEE, 2016; CORCORAN, 2017).

As *startups fintechs* estão prontas para estruturar plataformas de pagamentos com alto grau de dinamicidade. As estratégias ofertadas por meio das *startups fintechs* tem foco para organizações privadas, bem como também tem foco no consumidor final. Em relação às estratégias B2B - *Business to Business* (Empresa para Empresa), tratam-se de soluções associadas, de forma direta, a negociações cooperativas entre novas organizações e instituições bancárias com tradição no mercado. Quanto às estratégias B2C - *Business to Consumer* (Empresa para Consumidor), tratam-se de soluções envolvendo negociações de natureza inovadora, com a finalidade de fornecer serviços de finanças para os clientes (DESHARNAIS, 2017).

As *startups fintechs* serão fundamentais na modificação digital de diferentes setores da economia. Faz-se primordial incentivar a inovação e aproximar as soluções dos gigantes do mercado, equacionando, deste modo, uma série de problemáticas relacionadas à financiamentos que essas organizações enfrentam (FEBRABAN, 2017).

Skan, Dickerson e Gagliardi (2016), mesmo apontando que o impacto da revolução digital ainda não está totalmente mensurado, estabelece dois cenários possíveis que poderão se estruturar no setor bancário sob a influência do desenvolvimento de novas tecnologias. O primeiro cenário aponta um disrupção digital, onde os bancos se mantêm centrados na venda de produtos – sem o devido cuidado com os aspectos qualitativos relacionados ao consumo do cliente – e por conseguinte, perdem espaço para as novas organizações. O segundo cenário diz respeito à uma estrutura digital reformulada, onde as inovações são adequadas ao nível do

modelo de negócios das instituições bancárias e a experiência do cliente ganha relevância para o empreendimento (SKAN; DICKERSON; GAGLIARDI, 2016).

As previsões apontadas, não são definitivas e não respondem por todos os bancos do setor, sendo que a postura adotada por cada instituição bancária em face à revolução digital será determinante para o seu próprio futuro.

Como dito anteriormente existem dois tipos de *startups fintechs*, as competitivas, e as colaborativas. Importante salientar que, em relação à disposição das *startups fintechs*, podem alterar as suas políticas, sendo que certas empresas que se mostravam competitivas, passaram com o tempo, a apresentarem uma postura mais colaborativa

O nível de investimento em *startups fintechs* que almejavam colaborar com o setor se elevou de 29% em 2014 para 44% em 2015, ou seja, observou-se o crescimento de 138%. Por outro lado, as *startups fintechs* que buscavam somente a competição, o crescimento foi de apenas 23%. Contudo, do montante total de investimento, os maiores investimentos ainda são direcionados para as *startups fintechs* competidoras (SKAN; DICKERSON; GAGLIARDI, 2016).

As *startups fintechs* irão influenciar na redução de preços e compressão das margens dos bancos. certos segmentos, à saber, depósitos, financiamentos imobiliários, crédito para pequenas e médias empresas, pagamentos e gestão de fortunas serão os setores mais influenciados pela ascensão das *startups fintechs* (DIETZ; HV; LEE, 2016).

3.7 PRINCIPAIS DESAFIOS DAS *STARTUPS FINTECHS*

O segmento bancário no Brasil é mundialmente classificado como um dos mais desenvolvidos. O setor bancário tem tirado proveito e promovendo melhorias que estão associadas aos hábitos dos clientes da era digital. O Brasil encontra-se entre as 10 nações mundiais que mais investem no desenvolvimento tecnológico, mesmo que internamente esteja enfrentando uma crise econômica (MOMPEAN, 2016).

No ano de 2020, aproximadamente 30 bilhões de produtos vão estar interligados. E com este cenário, novas modalidades serão introduzidas no mercado, como por exemplo as *startups fintechs* – instituições que associam o progresso tecnológico ao sistema financeiro. Contudo, muitos obstáculos despontam para as *startups fintechs* de sistemas financeiros em rede com este cenário (WEISE; LANZA, 2016).

A principal vantagem ofertada pelas *startups fintechs* é a resolução de contratemplos de forma simplificada para os consumidores, sem necessidade de longas chamadas telefônicas, insistência dos colaboradores ofertando produtos desnecessários apenas para completar seus objetivos de venda e até mesmo evitar visitas sem necessidade.

Os consumidores estão mais propensos a indicar as modalidades ofertadas pelas *startups fintechs* do que as ofertadas pelos bancos convencionais, pelas razões mencionadas acima. Em um recente estudo realizado em 32 países, foram abordadas cerca de 16 mil pessoas, constatou-se que cerca de 54,9% das pessoas interrogadas, indicam as modalidades ofertadas pelas *startups fintechs*, em contrapartida somente 38,4% recomendam um banco convencional. Nos países latino-americanos, a indicação das *startups fintechs* abrange cerca de 67,2%. Surpreendentemente, este mesmo estudo constatou que os clientes confiam mais nos bancos convencionais do que nas *startups fintechs*; cerca de 54,5% das pessoas questionadas, relataram completa segurança na sua instituição bancária, ao mesmo tempo que 30,8% explanaram confiança nas *startups fintechs* (CORUMBA, 2016).

Na atual conjuntura, as *startups fintechs* têm obtido êxito na expansão de propostas revolucionárias para as transações financeiras, em relação as diversas propostas oferecidas pelas instituições bancárias tradicionais. Ao impulsionar a expansão tecnológica, as *startups fintechs* começaram a oferecer métodos inovadores para aprimorar o atendimento ao consumidor, simplificar pagamentos na internet, estimular o crescimento de patrimônio e aprimorar a análise de uma grande quantidade de dados. As *startups fintechs* adequam-se com mais facilidade ao mercado e são mais proativas do que as companhias convencionais. Em sua maior parte, as *startups fintechs* atuam em setores com conhecimentos escassos, não

havendo um estudo regular minucioso, como nas instituições bancárias. Por esta razão, não quer dizer que as instituições convencionais não sejam capazes de adaptar-se a estas transformações, no entanto estas companhias necessitam identificar suas diferenças com as *startups fintechs*, com o objetivo de criar novos mecanismos digitais explicativos (HODER; WAGNER; SGUERRA; BERTOL, 2016).

De forma individual, as inovações promovidas pelo advento das *startups fintechs* tem transformado o setor financeiro de diversas formas. Esta união, tem colaborado para auxiliar no progresso da situação mercantil.

Para as companhias, utilizar da mais satisfatoriamente forma as inovações tecnológicas financeiras, é o resultado da forma como estas companhias encontram-se ajustadas à situação comercial do ambiente em que estão inseridas e da sua respectiva competência.

A maior barreira encontrada pelas *startups fintechs* trata-se da criação e evolução de um método mais eficaz na busca de novos consumidores, desenvolvendo a sua estrutura para melhor suprir as demandas mercado, apresentando sempre, baixos custos operacionais, sem por em risco o funcionamento da organização. Considerando aspectos estruturais, as *startups fintechs* necessitarão estabelecer parcerias com as instituições bancárias, afim de se adaptarem a realidade disposta no setor financeiro. No que diz respeito a regulação, parece que a disrupção lenta, afetará severamente o setor, influenciando na regulação, embora ainda não se observe a postura das instituições bancárias, em estabelecer controles mais rígidos para a atuação das *startups fintechs* (DIETZ; HV; LEE, 2016).

Sob o olhar dos bancos, a maior responsabilidade diz respeito em reorganizar seus modelos de negócio, buscando agregar novas fontes de valor para seus clientes e alterar a sua cultura interna para obterem bons resultados em face às possíveis influências negativas que as *startups fintechs* irão ocasionar em seus mercados. A inovação disruptiva ocorre de modo discreto, porém em um segundo momento pode gerar profundas alterações. O entendimento básico de tal processo é objetivo e poderoso: um serviço antes monopolizado acaba por se tornar acessível para uma gama mais elevada de atores em um molde mais acessível e menos custoso. Para as instituições bancárias, a disrupção pode ser compreendida como a criação de novos negócios a partir da colaboração entre *startups fintechs* e os bancos do que um ambiente de acirrada competição entre diferentes organizações (BARBOSA, 2018).

Os bancos reconhecem que as *startups fintechs* são organizações que representam mais oportunidades do que intimidações mercadológicas. Podem-se realizar empréstimos por meio de empresas sem a necessidade de depósitos, assim como pode-se realizar prestação de serviços sem a presença de agências bancárias, além de seguros, investimentos, planejamentos

financeiros, transações financeiras, fusões e aquisições por meio de negociações sem a intermediação de especialistas, entre outras atividades financeiras sem a necessidade de profissionais e/ou empresas especializadas (SKAN; DICKERSON; GAGLIARDI, 2016).

Como reflexo da alta regulação e a incisiva cultura corporativa, o setor bancário possui disposições internas que acabam por impactar no incremento de um ambiente digital. Deste modo, os bancos necessitam desenvolver ou absorver novas qualidades que serão fundamentais para agenciar o desenvolvimento digital (DIETZ; HV; LEE, 2016).

O desenvolvimento das plataformas digitais apresenta-se conexo a inúmeros fatores de sucesso. Mesmo que o modelo de banco digital se pareça singular, é importante mensurar o real valor agregado pela plataforma digital por cada instituição bancária. As especificidades de cada mercado financeiro e de cada banco necessitam ser mensuradas para que opte pelo modelo digital mais apropriado (DELOITTE, 2016).

Os bancos continuam ofertando os mesmos produtos e serviços. Os bancos não fazem uso de novas metodologias para incrementar seu modelo de negócios e disponibilizar novos produtos e serviços e que sejam mais interessantes ao grande público. O modelo de negócios dos bancos irá se alterar quando os bancos começarem a ofertar formas personalizadas para equacionar os problemas de seus clientes. As instituições bancárias necessitam compreender que os dados que possuem em relação aos seus clientes, podem ser utilizadas para se estruturar novas estratégias que se convertam em maior valor de mercado (TORRENS, 2017).

O fenômeno das *startups fintechs* mostra-se global e vem ocorrendo em solo nacional. O sistema financeiro e bancário brasileiro é um setor de elevada importância para a economia doméstica – assim em outras diversas nações –, considerando-se que os impactos em sua reorganização são fruto de muitas alterações que ocorreram em cenário mundial, sendo muitas destas decorrentes do desenvolvimento de *startups fintechs* que, assim como em todo o mundo, no Brasil poderão contribuir com a reorganização dos modelos de negócio (BARBOSA, 2018).

No Brasil, as *startups fintechs*, independentemente da sua ampla abrangência, enfrentam amplos obstáculos de crescimento em sua trajetória.

A inexistência de normas regulamentadoras exclusivas, o pequeno incentivo aos agenciadores e a carência de aplicações devido ao desequilíbrio atual do mercado, são meramente algumas das dificuldades caracterizadas em pesquisas recentes, conforme indicado por Brehmer (2017). Segundo o autor, a evolução mercadológica consistente de uma *startup fintech* possui cinco etapas principais: ideia inicial; aprovação da ideia; início operacional;

processo de expansão dos negócios; estabelecimento da *startup fintech* no mercado. Essas cinco etapas são marcadas por importantes desafios, conforme descrito a seguir:

- **Ideia inicial** – Refere-se à definição. É a observação inicial do agenciador, referente a carência do sistema comercial e da caracterização introdutória do objeto ou da atividade desempenhada. Nesta etapa, é de suma importância que o agenciador disponha de um amplo olhar, para idealizar a conservação da empresa dentro de alguns anos.
- **Aprovação da ideia** – Esta é a fase em que o agenciador se certifica da acessibilidade do seu projeto. Ao experimentar o ideal planejado, obtém-se apressadamente um retorno comercial referente ao objeto ou da atividade desempenhada. Trata-se de uma fase de grandes observações, no qual o agenciador mais demanda de auxílio. Do mesmo modo que o alcance a investidores de próprio capital ou de vertentes de estímulo à inovação, torna-se imprescindível para ambos, garantir assessoria profissional adequada para assegurar o crescimento empresarial e controlar o amadurecimento da empresa, com a finalidade de prosseguir para a fase posterior.
- **Início operacional** – Posteriormente ao examinar o respectivo padrão comercial, o começo da intervenção simboliza a fundação real da sistematização como empresa. Este estágio almeja consumidores, provedores, investidores mercantis, aperfeiçoar a atividade ou o objeto, moldar o padrão de contratos e idealizar auxílio financeiro e informativo, dos especialistas em investimentos.
- **Processo de expansão dos negócios** – A companhia que em determinada época era principiante, nesta fase adquire estrutura e apresenta sinais de progresso acelerado, juntamente de benefícios lucrativos para os investidores. Nesta ocasião, o suporte societário adequado tem papel fundamental. Diversas indagações irão despontar no decorrer da composição de determinados contextos, referentes ao planejamento da ampliação, distinguir as possibilidades de obtenção de fundos ou da disposição dos trabalhos. As *startups fintechs*, usufruem de diversos artifícios para conservar-se nestas adversidades, tendo como por exemplo, dispor de orientações para os serviços de estruturação, cooperando com os agenciadores no decorrer do progresso da

empresa, consentindo para que os principais empresários fiquem livres para se concentrar nos trabalhos mais relevantes associados às suas atividades mais significativas. De maneira que o progresso destas empresas consegue tornar-se passageiro em determinadas circunstâncias, a demarcação dos processos tributários tendem a alterar constantemente, obrigando a organização a manter-se cuidadosamente concentrada, com o intuito de permanecer alinhada com suas responsabilidades tributárias e fiscais. Pois, um tributo não liquidado, pode acarretar em penalidades financeiras para a empresa, afetando de uma maneira mais abrangente as empresas não consolidadas no mercado.

- Estabelecimento da *startup fintech* no mercado – A última fase, trata-se de um período em que as *startups fintechs* possuem sua reputação no comércio e um alto lucro. Nesta ocasião para manter-se no mercado e em permanente progresso, a empresa necessita de consultoria, sendo muito provável que este apoio, auxiliará na seleção de novos métodos de progresso, sendo por alianças empresariais e novas compras, métodos de IPO ou outras opções modernas de ampliação. Nesta etapa a empresa deve encontra-se organizada para não desperdiçar nenhuma oportunidade, pois será sondada regularmente pelos melhores *players* do setor financeiro.

As dificuldades obtidas pelas *startups fintechs* podem ser combatidas com a colaboração dos bancos. As *startups fintechs* são idealizadas como as iniciantes do ramo, nasceram por meio da difusão e expansão dos aparelhos celulares inteligentes e da modernização das manufaturas e das atividades rentáveis. Tornaram-se a tendência da era digital, submetendo companhias de diversos ramos – radiocomunicação, mídias de comunicação, gravadoras de áudio e vídeo, empresas de transmissão de conteúdos à distância, mercado de moda e varejo, dentre outras – a reconsiderar métodos antigos em prol do constante contato com o cliente (MOMPEAN, 2016).

Com uma organização despojada e sem a imposição de mediadores e do *compliance* de notáveis corporações, as *startups fintechs* podem agilizar a oferta e a clareza das atividades que assumem as ações particulares dos consumidores, como cotar seguros, homologar empréstimos ou optar por determinadas operações de investimento. Determinadas empresas livram-se de taxas de impostos, por disponibilizarem procedimentos internacionais ou operarem em modalidades longe de determinadas atividades da jurisprudência fiscal da localidade (CORUMBA, 2016).

Em contrapartida, as *startups fintechs* enfrentam problemas graves para companhias que estão iniciando. Um dos principais problemas é a complexidade em arrecadar fundos, sendo considerado de grande importância na competição das organizações financeiras. As *startups fintechs* apresentam *valuations* mais elevadas do que outras *startups*. Tal fator ocorre, pois estas instituições necessitam de um capital inicial maior para conseguir firmar-se na estrutura comercial já consolidada. Os valores são considerados altos, pois os empresários que investem na instituição, vislumbram uma brecha para afiliar-se nesta atividade comercial (LOPES; ZILBER, 2017).

As *startups fintechs*, além de serem requisitadas pelos bancos, são igualmente procuradas por grandes empresas do ramo digital, tendo como exemplo a Apple, Amazon, Facebook e Google, promovendo a valorização cada vez maior destas companhias. Referindo-se ao nosso país, estas companhias não conseguem realizar empréstimos caso não estejam filiadas e uma entidade financeira. Inúmeras *startups fintechs* em função disso, visam filiar-se a instituições bancárias (MOMPEAN, 2016).

Grande parte das *startups fintechs* não ofertam suporte nas atividades relacionadas a efetivação das suas atividades e da efetivação de documentos para com os consumidores, tais como ouvidoria, assistência judiciária e ao cliente e a disponibilidade à assistência tecnológica (LOPES; ZILBER, 2017).

Uma pequena quantidade de *startups fintechs* encontram-se aptas a resolver problemas de proteção de informações que, dentre de pouco tempo, serão pautadas como obrigatórias pelos órgãos regulamentadores. Nos Estados Unidos, o Federal Reserve em conjunto com outras companhias, esforçam-se para colocar em funcionamento esquemas mínimos de segurança, obrigatórios nas operações e na utilização de dados dos consumidores (CORUMBA, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto ao objetivo geral desse estudo, foram analisadas as principais características dos bancos e das *startups fintechs*, com ênfase para os aspectos associados à inovação disruptiva no setor bancário e seus desafios.

Sobre os objetivos específicos, destacam-se: descrição sobre conceitos de inovação, *startups fintechs* e mercado financeiro; caracterização sobre o mercado financeiro, com ênfase para a regulamentação e o fortalecimento, abordando aspectos básicos sobre as *startups fintechs* no mercado financeiro e seus principais desafios; análise sobre os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*.

Com o aumento do acesso aos meios de tecnologia, a importância da internet passa a se elevar de modo exponencial, sendo importante ferramenta que possibilita inovações em todos os setores da economia de um país. E, mostra-se como ator principal para o desenvolvimento e quiçá, modelo de comércio hoje estabelecido nas instituições bancárias e financeiras.

As instituições de serviços financeiros apresentam-se em constante evolução, absorvendo as tecnologias desenvolvidas principalmente pelos setores de comunicação e informação. Muitas das inovações no meio tecnológico são rapidamente absorvidas pelas *startups fintechs* que objetivam oferecer modernidade, celeridade e uma série de comodidades ao mercado como um todo, gerando transformações no setor financeiro, fazendo com que as próprias instituições financeiras experienciem tais transformações.

O processo de produção de bens ou de prestação de serviços, o *modus operandi* de gestão ou marketing e a própria forma cotidiana de viver são intimamente influenciadas pelas inovações tecnológicas que acabam por modificar a estruturação dos mercados, aspectos culturais e as formas de ser e estar em sociedade.

Neste íterim, também se faz presente o segmento bancário e, por conseguinte, o mercado de crédito e de serviços financeiros, seja em um cenário nacional ou internacional. De modo geral, os processos de inovação acabam por afetar todos os setores econômicos.

Observou-se que as *startups fintechs* podem se apresentar como uma ameaça à hegemonia das instituições bancárias, porém muitas *startups fintechs* estão estabelecidas de modo a colaborar com a equação de muitos problemas que os bancos apresentam, possibilitando que estes desenvolvam produtos e serviços de maior qualidade, agregando valor à instituição.

Analisou-se que são muitos fatores que contribuem para que as *startups fintechs* conquistem clientes e mercado. A transparência e maior interatividade com o grande público são compreendidos como essenciais para que possam ser compreendidas como seguras e de confiança.

Aferiu-se que ainda existe uma parcela substancial da população que desconhece os serviços oferecidos pelas *startups fintechs*. Estando este público condicionado de modo mais contundente a utilizar os serviços convencionais para realizar transações financeiras.

Por fim, conclui-se que a inovação muitas vezes é necessária para que uma economia continue a crescer e que em muitos casos processos disruptivos são necessários para que se altere modelos de comércio ultrapassados. Nesta perspectiva, as *startups fintechs*, se apresentam como importantes organizações que a partir de suas atividades poderão promover mudanças que se convertam em melhorias tanto no setor financeiro como para a economia como um todo.

As companhias poderiam optar por diferentes áreas comerciais para atuar, entretanto o público brasileiro foi o escolhido, devido à grande solicitação nos segmentos financeiros modernos e por não existir concorrência com programas análogos. Ressalta-se a importância de agradar os consumidores, todavia este fator não é exclusivamente a principal apreensão das companhias; com o intuito de disputar uma vaga no atual cenário comercial, a eficiência torna-se um pré-requisito para as instituições que pretendem ultrapassar seus adversários e aperfeiçoar suas mercadorias.

Em virtude disso, as *startups fintechs* aplicam a modernização tecnológica para apresentar suas funções contemporâneas, e inserir métodos menos árduos, como o *backoffice*, onde em instituições convencionais acarretam elevadas despesas. Em relação à evolução tecnológica, averiguou-se que as instituições inauguraram seus trabalhos com capital empresarial aplicado na expansão de aplicativos operacionais e, posteriormente sucedeu-se a ramificação das atividades. O atual cenário mercantil encontra-se com incessantes mudanças por meio da ascensão das *startups fintechs*. No Brasil, o setor bancário digital é o mais utilizado. Por consequência, postos de saques, *internet banking* e demais sistemas tornaram-se alternativas menos utilizadas.

Um contratempo a ser ultrapassado pelas instituições, é a escalabilidade, em virtude da necessidade de alcançar uma maior quantidade de consumidores visando maiores lucros, visto que preferiram métodos de custo inferior. Em contrapartida, as despesas com divulgação são gradativamente menores, uma vez que a recomendação entre os consumidores é primordial.

Um dos principais obstáculos encontrados pelas instituições são as leis, pois estas, não tem autoridade de ofertar serviços sem consentimento preliminar das agências regulamentadores.

São inúmeras razões que conduzem as *startups fintechs* a alcançarem mais consumidores e ampliar seu negócio. Transparência, eficiência na prestação de serviços e inovação são importantes atributos para conquistar a confiança de um público-alvo, tornando a organização mais competitiva no mercado. Com o intuito de alcançar estes atributos, as companhias possuem especialistas qualificados, que são admitidos pelo princípio de liderança e não somente por sua graduação em instituições conceituadas.

Assim, em síntese, o presente estudo analisou os principais impactos sociais e mercadológicos das *startups fintechs*. Sugere-se, ainda, que outros estudos sejam desenvolvidos para discutir e fortalecer o tema da presente pesquisa, levando-se em consideração a evolução da sociedade, do mercado e da legislação, bem como os principais autores no segmento de gestão bancária.

REFERÊNCIAS

- ARNER, Douglas W.; BARBERIS, Janos Nathan; BUCKLEY, Ross P. (2015). *The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?* n. 62. UNSW Law Research Paper, 2015.
- BADEN-FULLER, C.; HAEFLIGER, S. *Business Models and Technological Innovation. Long Range Planning.* v. 46, n. 6, pp. 419-426, dez. 2013. Elsevier BV, 2013.
- BARBOSA, Roberto Rodrigues. *Fintechs: A atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro.* 2018. 129 p. Dissertação (Mestrado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração. Escola de Administração. UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2018.
- BIBLIOTECA DANTE MOREIRA LEITE. **O que é Revisão da Literatura?** Instituto de Psicologia. USP – Universidade de São Paulo. p. 2. Disponível em: <<http://www.ip.usp.br/portal/images/biblioteca/revisao.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2019.
- CARLEIAL, L. **A contribuição Neoschumpeteriana e o Desenvolvimento Regional.** In: CRUZ, Bruno de Oliveira et al. (Org.). *Economia Regional e Urbana: teorias e métodos com ênfase no Brasil.* IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. n. 4, pp. 113-139. Brasília: IPEA, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- CHESBROUGH, H. *Business Model Innovation: Opportunities and Barriers.* Long Range Planning. v. 43, n. 2-3, pp. 354-363, abr. 2010. DOI: 10.1016/j.lrp.2009.07.010. Elsevier BV, 2010.
- CONGO, Mariana. **O que é fintech e como ela revoluciona hoje o mercado financeiro?** Artigo publicado em 30 de agosto de 2017. Disponível em: <<https://blog.magnetis.com.br/o-que-e-fintech/>>. Acesso em: 21 mar. 2019.
- CORAZZA, G. **Crise e Reestruturação Bancária no Brasil.** Projeto de Pesquisa “Banco Central e Sistema Financeiro: crise e supervisão bancária no Brasil”, CNPq. Porto Alegre: UFRGS, 2000.
- CORUMBA, Rodrigo. **Fintechs desafiam e atraem interesse de bancos.** FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos. Revista CIAB FEBRABAN, 2016.
- DELLOITTE. *Banking Reimagined – How Disruptive Forces Will Radically Transform the Industry in the Decade Ahead.* Australia, 2016.
- DEMO, Pedro. **Aprendizagens e Novas Tecnologias.** Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famat/viali/doutorado/ptic/textos/80-388-1-PB.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2019.

FINTECHLAB. **Report FintechLab 2017**. 48 p. São Paulo: Fintechlab, 2017. Disponível em: <http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report_FintechLab_2017-2.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.

LACASSE, R. M. *A Digital Tsunami: FinTech and Crowdfunding*. v. 1, n. 1, pp. 1-5, abr. 2016. Québec: Di2016, 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPES, Yan; ZILBER, Moisés Ari. **Inovação e vantagem competitiva: um estudo em fintechs brasileiras**. v. 7, n. 2, 18 p. ISSN: 2179-2895. RIT – Revista Inovação Tecnológica, 2017.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. 10. reimp. São Paulo: EPU, 2007.

MARTINS, G. A.; PINTO, R. L. **Manual para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MOMPEAN, Adriana. **É inovação? Interessa aos bancos**. FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos. Revista CIAB FEBRABAN, 2016.

MOREIRA, Daniela. **O que é uma startup?** Artigo publicado em 1 de março de 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 21 mar. 2019.

OECD. Oslo Manual. *The measurement of scientific and technological activities*. OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris: OECD, 2005.

ONZI, Vanessa; NESELLO, Priscila; CHAIS, Cassiane; GANZER, Paula Patricia; RADAELLI, Adrieli Alves Pereira; OLEA, Pelayo Munhoz. **Startups Fintechs: uma análise a partir do radar da inovação**. v. 10, n. 1, 20 p. Florianópolis: E-Tech, Tecnologias para Competitividade Industrial, 2017.

PINHO, D. B.; VASCONCELLOS, M. A. S. de. **Manual de Economia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

POSSAS, Mario L. Concorrência Schumpeteriana. In: KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (Org.). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. 2. ed., n. 17, pp. 415-429. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016.

SCHUMPETER, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

_____. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper, 1942.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TORRENS, M. **Serviços bancários em inovação por meio de dados**. In: CHISHTI, S.; BARBERIS, J. (Coord.). *A revolução FINTECH: O manual das startups financeiras*. pp. 232-234. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

TRENTINI, M.; PAIM, L. **Pesquisa em Enfermagem**. Uma Modalidade Convergente-Assistencial. Florianópolis: Editora da UFSC, 1999.

WIRTZ, B. W.; SCHILKE, O.; ULLRICH, S. *Strategic Development of Business Models*. *Long Range Planning*. v. 43, n. 2-3, pp. 272-290, abr. 2010. Elsevier BV, 2010.

ZAMBARDA, Pedro. **‘Internet das Coisas’**: entenda o conceito e o que muda com a tecnologia. Artigo publicado em 16 de agosto de 2014. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/08/internet-das-coisas-entenda-o-conceito-e-o-que-muda-com-tecnologia.html>>. Acesso em: 21 mar. 2019