

Quem São os Clientes dos Bancos Digitais?

RESUMO

O século XXI exigiu serviços mais complexos, rápidos e personalizados. Os bancos digitais surgiram das necessidades de mercado e proporcionam facilidade de acesso aos serviços financeiros aos seus clientes, a partir de inovações tecnológicas (BERDI; ORSO, 2019). Assim, os bancos digitais foram criados em 2013, dentro de um mercado tradicional, que até então investia em inovação de processos com o objetivo apenas de elevar sua rentabilidade, e que pouco se preocupava com a visão da comodidade de seus clientes (MARQUES, 2019). A partir disso, o estudo busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como são os clientes dos bancos digitais? A fim de responder à questão de pesquisa, o trabalho tem como objetivo geral analisar como são os clientes dos bancos digitais. O estudo realizado foi descritivo, pois se refere a uma pesquisa que tem como objetivo central a descrição de características de determinado fenômeno ou população (GIL, 2011). A pesquisa possui duas abordagens, sendo elas de natureza quantitativa e qualitativa. Na quantitativa, o meio utilizado para a coleta de dados foi um levantamento de campo (survey). Dessa forma, foram obtidos 340 formulários válidos, aplicados de forma totalmente online, durante os meses de fevereiro e março de 2021. Para a análise dos dados dos 340 questionários válidos, utilizaram-se métodos de estatística descritiva (medidas de tendência central e porcentagens) com o auxílio do Microsoft Excel. No qualitativo, foram coletados entre os meses de maio e junho de 2021, com respondentes moradores da Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará, mediante a realização de entrevistas pessoais, as quais foram compostas por um roteiro de 16 questões subjetivas baseada nos objetivos e pressupostos do estudo. Ao todo, foram realizadas 50 entrevistas, os estudos de caso limitaram-se a esse número em razão da saturação das respostas encontradas. Com os resultados obtidos foi possível cumprir os objetivos do estudo de detalhar o perfil sócio econômico, identificar os principais produtos e serviços consumidos e que fatores levam a escolha por bancos digitais, em que instituições os clientes dos bancos digitais possuem contas, como são feitos os seus investimentos e analisar o motivo da escolha por um banco digital.

Palavras Chaves: Bancos Digitais, clientes, sistema bancário.

Autores:

Autor(a): Késsia Raquel Matos Garcia / E-mail: kessiaraquelmg@gmail.com. Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC

Autor(a): Wanessa Hellen Santana do Nascimento/ E-mail: whellem85@gmail.com . Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC.

Autor(a): Prof. Dr. Érico Veras Marques / E-mail: ericovmarques@gmail.com. Professor do curso de Contabilidade da Universidade Federal do Ceará.

1. INTRODUÇÃO

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) de acordo com o Banco Central do Brasil (BACEN), é composto por entidades e instituições, as quais oferecem intermediação financeira, em que as pessoas, as empresas e o governo encontram-se como tomadores e credores de recursos. O intermediário tem o papel de prover liquidez e monitoramento. A liquidez se dá pela facilidade de troca de um ativo por outro, em relação a valores e prazos mais convenientes (BEZERRA, 2005).

O mercado bancário é um dos mais importantes para a atividade econômica do Brasil, uma vez que ele é responsável por financiar demais setores que fazem a economia fluir e por ser um intermediário financeiro essencial para a movimentação da economia (DUTTA; DUTTA, 2009). Assim, o sistema bancário passou por diversas ondas de inovação e tecnologia, ao longo dos anos, para proporcionar melhores padrões de atendimento e seguindo as demandas de mercado necessárias a cada período (MARQUES, 2019).

No Brasil, o sistema bancário é altamente concentrado. Conforme dados do Banco Central, apenas seis bancos detinham 70,9% das operações, em 2018: Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Itaú Unibanco, Bradesco e Santander. Em 2019, o percentual desses bancos cresceu para 81% (REIS, 2020).

Em contrapartida da alta concentração, os bancos digitais têm conquistado maior popularidade e clientes, nos últimos anos. Essa dinâmica se fez mais forte durante a pandemia do Corona Vírus, de acordo com pesquisas realizadas pela Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN, 2020).

Os bancos digitais pretendem ampliar a sua atuação no país. A Consultoria McKinsey destaca, em estudo publicado em 2020, que a potencial consequência da pandemia será a universalização do acesso a canais digitais bancários, por tornarem-se mais convenientes aos seus usuários (FOLHA, 2021).

Além disso, de acordo com pesquisa do Inteligência em Pesquisa e Consultoria (IPEC), 51% dos brasileiros entre 16 e 24 anos usam mais os bancos digitais do que os bancos tradicionais, para operações do dia a dia (MANTOVANI, 2021).

Marques (2019) analisou as interações dos clientes em relação aos canais de atendimento de um banco digital em específico. Como resultado, foi observado que o foco no relacionamento digital e nos custos baixos foram os maiores impactos causados pelos bancos digitais.

A partir disso, o estudo busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como são os clientes dos bancos digitais?

A fim de responder à questão de pesquisa, o trabalho tem como objetivo geral analisar como são os clientes dos bancos digitais. Para alcançar o objetivo geral, foram estabelecidos objetivos específicos, são eles: a) Detalhar o perfil sócio econômico; b) Identificar os principais produtos e serviços consumidos; c) Identificar que fatores levam a escolha por bancos digitais; d) Identificar em que instituições os clientes dos bancos digitais possuem contas; e) Identificar como são feitos os seus investimentos; f) Analisar o motivo da escolha por um banco digital.

Ademais, o presente estudo justifica-se por com o intuito de aumentar a capacidade literária acerca da utilização dos bancos digitais por jovens universitários Além de ser um tema relativamente novo e ainda pouco explorado. No campo prático, busca-se contribuir para o setor bancário no desenvolvimento de processos direcionados ao seu principal perfil de

consumidor, os jovens. Além disso, no campo social, justifica-se por trazer o tema, de profunda importância, à tona aos debates acadêmicos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Sistema Bancário Tradicional

O Sistema Financeiro Nacional possui composição de entidades e instituições que promovem a intermediação financeira (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2021). Conforme Cunha (2020), a intermediação financeira ocupa função primordial na economia de mercado, viabilizando o funcionamento do sistema de investimento e de pagamento pela interação entre agentes econômicos.

Dessa forma, os bancos comerciais compõem, junto ao Banco Central e às demais instituições, o Sistema Bancário Nacional, sendo responsável pela oferta de crédito do país (REIS, 2020). Teoricamente, os bancos encontram suas funções intrinsecamente enraizadas em agir como intermediador entre poupadores, investidores e tomadores. Na prática, observa-se que, ao agir como intermediário, os bancos possuem uma série de exigências complexas e estruturadas (OLIVEIRA; REIS; SOUZA JUNIOR, 2018).

Além disso, há a dinâmica de concentração bancária no país, que as operações ficam centralizadas, principalmente, em cinco maiores bancos. Bradesco, Itaú, Santander, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, são os bancos em que há maior concentração e estão entre os dez maiores grupos empresariais do Brasil (VILA, 2020).

Em 2020, os cinco maiores encerraram o ano com 81,8% do mercado de crédito e 79,1% dos depósitos totais, conforme o Banco Central. Apesar da porcentagem alta, a concentração diminuiu, quando comparada com 2019, em que essas instituições detinham 83,7% das operações de crédito (MARTELLO, 2021). O contexto de pandemia e as necessidades de mercado, impulsionaram ainda mais a demanda pela digitalização, propiciando o aumento da aderência aos bancos digitais.

2.2. Evolução do sistema bancário e Surgimento das Fintechs

Na década de 1980, surgiu uma nova forma de organização das operações bancárias, especialmente nos Estados Unidos, onde o processo interativo e dialético entre os bancos e os reguladores resultou no sexto estágio de evolução do sistema bancário (FARHI; PRATES, 2018). Segundo Camargo (2009), houve gradual concorrência no sistema financeiro, principalmente por dois motivos- permissão dos bancos estatais concederem empréstimos fora do seu mercado tradicional e autorização de entrada de novas instituições financeiras.

De acordo Neto e Araújo (2020), a crise financeira de 2008, com a criação de novas normas regulamentares mais rígidas, provocou uma falência de vários bancos pequenos e fusão de alguns bancos. E com isso, novas mudanças foram necessárias, como o surgimento das fintech, onde o termo fintech origina-se da expressão em inglês Financial Technology (Tecnologia Financeira, em tradução livre) e é utilizado ao tratar de empresas que promovem serviços financeiros de forma inovadora, cuja chave principal do modelo de negócios liga-se à tecnologia da informação (PASCUAL; RIBEIRO, 2020). O surgimento das fintechs trouxe a população formas de gerenciar seus gastos de maneira simples e transparente, como o acesso à internet está facilitado hoje em dia, fica fácil realizar o acompanhamento dos gastos e se precaver contra possíveis endividamentos (CHAVES, 2018).

Conforme Pascual e Ribeiro (2020), o mercado financeiro é uma indústria altamente vulnerável à disrupção proporcionada pela tecnologia da informação. Assim, ao surgirem novas tecnologias, os serviços financeiros já existentes são melhorados e novos serviços

surgem, representando um desafio cada vez maior para os bancos tradicionais. Dessa forma, as fintechs têm ganhado espaço no Brasil, através de novos aplicativos e da captação crescente de clientes (ALVES, 2018). Assim sendo, os bancos digitais foram criados em 2013, dentro de um mercado tradicional, que até então investia em inovação de processos com o objetivo apenas de elevar sua rentabilidade, e que pouco se preocupava com a visão da comodidade de seus clientes (MARQUES, 2019).

2.3 Bancos Digitais

O século XXI exigiu serviços mais complexos, rápidos e personalizados. Os bancos digitais surgiram das necessidades de mercado e proporcionam facilidade de acesso aos serviços financeiros aos seus clientes, a partir de inovações tecnológicas (BERDI; ORSO, 2019). O setor bancário brasileiro até recentemente, era caracterizado por sistemas tradicionais de operações e serviços.

Os bancos digitais são bancos que as suas atividades são realizadas completamente de forma digital, através de estrutura tecnológica moderna.

Dessa forma, os bancos digitais são vistos como fintechs, que a partir de inovações no setor, tornaram-se capazes de atender de forma cada vez mais disruptiva e personalizada. Em contrapartida, os clientes tornaram-se cada vez mais exigentes, sendo necessária a inovação constante (ALVES, 2018).

No cenário brasileiro, foram deliberadas disposições normativas, visando auxiliar a regulação dos bancos digitais e fintechs. Dentre elas, tem a Resolução N° 4.656 de 2018, que disciplina a realização de empréstimos e de financiamentos entre pessoas através de plataformas eletrônicas, direcionada às Sociedades de Créditos entre Pessoas (SEP) e Sociedade de Crédito Direto (SCD). Também deliberada em 2018, a Resolução N° 4.657 dispõe sobre novas atividades que essas empresas financeiras de tecnologia poderiam realizar no mercado.

Diante das crescentes transformações, as grandes instituições estão buscando ampliar a sua tecnologia, para atrair ainda mais clientes, no acirrado embate com os bancos digitais. Conforme a pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN, 2021), os bancos investiram 8,9 bilhões em tecnologia, tanto os tradicionais quanto os digitais.

2.4 Estudos Empíricos

Marques (2019) realizou uma pesquisa descritiva e exploratória, em que analisou a interação de clientes que realizaram comentários na comunidade do Nubank, no Facebook. Evidenciou-se clientes em sua maioria promotores (48%) e neutros (40%), sendo o restante detrator. Foi possível concluir pelo autor que os clientes tem uma percepção positiva dos bancos digitais, tecendo elogios à inovação e à linha mercadológica do banco. Além disso, na fase de estudo em que Marques analisou as implicações causadas pelos bancos, denotou-se aspectos de menor custos e maior agilidade dos bancos digitais.

Barros, Coelho e Palomares (2019) buscaram estudar os impactos que os bancos digitais causaram no setor e concluíram que os usuários dos bancos digitais são jovens, que confiam e consideram o digital mais cômodo. Além disso, não são totalmente satisfeitos com os bancos tradicionais. No estudo de Afsar, Rehman, Qureshi e Shahjehan (2010) os autores buscaram identificar se a qualidade do serviço ofertado, a confiança, os custos e outros atributos afetam a lealdade de um cliente a um banco. O estudo permitiu concluir que o principal fator foi a satisfação do cliente, como influenciador da lealdade do consumidor.

3. METODOLOGIA

O estudo realizado foi descritivo, pois refere-se a uma pesquisa que tem como objetivo central a descrição de características de determinado fenômeno ou população (GIL, 2011). A pesquisa possui duas abordagens, sendo elas de natureza quantitativa e qualitativa.

Primeiramente, a abordagem quantitativa, caracterizada pela utilização de medidas, cujos resultados são quantificáveis e há a utilização de estatística básica ou avançada (SILVA, 2014). O meio utilizado para a coleta de dados foi um levantamento de campo (survey). Dessa forma, foram obtidos 340 formulários válidos, aplicados de forma totalmente online, durante os meses de fevereiro e março de 2021. Para a análise dos dados dos 340 questionários válidos, utilizou-se métodos de estatística descritiva (medidas de tendência central e porcentagens) com o auxílio do Microsoft Excel. Nesse processo, a amostra foi segmentada em quatro grupos: o grupo da amostra geral, o grupo formado por indivíduos que não utilizavam serviços bancários, o grupo que utiliza serviços apenas de bancos tradicionais e o grupo que utiliza serviços de bancos tradicionais e digitais. O instrumento de coleta de dados foi um questionário, composto por: i) 7 perguntas objetivas de caráter demográfico, a fim de conhecer o perfil dos respondentes; ii) 9 perguntas objetivas sobre os bancos, como os que eles já ouviram falar, se utilizam serviços bancários, se utilizam serviços de bancos digitais, quais bancos eles utilizam, de qual banco é sua conta principal, o motivo e qual nota daria para ele, os serviços mais utilizados e quando abriu conta em bancos digitais. iii) 49 afirmativas, divididas em quatro blocos.

Na segunda abordagem do problema foi qualitativa, com base na compreensão de respostas para se chegar a resultados analisados (SAMPLIERI; COLLADO; LUCIO, 2013) foram coletados entre os meses de maio e junho de 2021, com respondentes moradores da Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará, mediante a realização de entrevistas pessoais, as quais foram compostas por um roteiro de 16 questões subjetivas baseada nos objetivos e pressupostos do estudo, como mostra a tabela 1. Ao todo, foram realizadas 50 entrevistas, os estudos de caso limitaram-se a esse número em razão da saturação das respostas encontradas.

Quadro 1: Roteiro das entrevistas

Objetivo	Pergunta	Pressuposto
Objetivo a	Com qual gênero você se identifica	
	Qual a sua idade?	P1
	Possui renda própria? Qual a sua fonte de renda?	P6
	Qual a sua escolaridade?	
	Qual o seu estado civil?	
	Possui dependentes?	
Objetivo b	Quais serviços de bancos digitais já utilizou?	P2
Objetivo d	Você utiliza serviço de quais bancos?	P4
	Qual o seu banco principal?	P4
Objetivo f	Por que você utiliza esse banco digital?	P2
	Qual o diferencial do banco digital que você utiliza?	P2 e P3
Objetivo c	O que te motivou a aderir aos bancos digitais? Há quanto tempo aderiu?	P2 e P3
	Quais são as principais vantagens e desvantagens dos bancos digitais?	P2 e P3

	Algo nos bancos tradicionais te motivou a aderir aos bancos digitais?	P2 e P3
Objetivo e	Você realiza investimentos? Em que banco?	P5
	Como você realiza os seus investimentos?	P5

Fonte: Elaborado pelos autores

Ao investigar os bancos digitais, a partir dos objetivos da presente pesquisa e do referencial teórico, foram elencados os seguintes pressupostos de pesquisa:

Pressuposto 1: São clientes jovens

Além disso, a revolução tecnológica trazida pelos bancos digitais é observada entre os jovens, na utilização desses serviços, em busca da comodidade nas suas transações proporcionada por estas instituições. Assim, formulou-se o primeiro pressuposto da pesquisa. Além disso pressuposto liga-se ao objetivo a, de detalhar o perfil socioeconômico dos entrevistados.

Pressuposto 2: Buscam serviços básicos

O pressuposto dois busca, junto ao objetivo b do presente estudo, identificar os principais produtos e serviços consumidos. Ademais, conforme pesquisa realizada pelo SPC (2020), o serviço mais utilizado pelos usuários de bancos digitais é o pagamento de contas (45%) e a verificação de extrato (16%).

Pressuposto 3: O principal motivo são os custos baixos

O foco no relacionamento digital e nos custos baixos de seus serviços foram o meio como os bancos digitais impactaram no mercado financeiro brasileiro (MARQUES, 2019). Assim, teve como base o objetivo c e f do estudo: identificar os fatores que levam à escolha por bancos digitais e que levam à escolha por um banco digital.

Pressuposto 4: Possuem contas em outros bancos.

Baseando-se no objetivo d do estudo, de identificar em que instituições os clientes dos bancos digitais possuem contas. Além disso, a pesquisa realizada pelo SPC (2020) denota que cerca de 84% dos clientes de bancos digitais também possuem contas em bancos tradicionais.

Pressuposto 5: Investimentos são feitos em outras instituições.

Em pesquisa realizada pelo SPC (2020), 44% dos clientes de bancos digitais que realizam investimentos com o auxílio de *fintechs* também investimento em bancos tradicionais. O pressuposto também teve como base o objetivo e, de identificar como são feitos os investimentos.

Pressuposto 6: Não são clientes de alta renda.

A fim identificar o perfil socioeconômico dos entrevistados, conforme o objetivo a da pesquisa, foi elencado o pressuposto 6. Ademais, em pesquisa realizada pelo Credit Suisse (2021) com o Gerson Lehman Group, observou-se que os usuários dos bancos digitais são jovens e que 70% deles têm renda mensal inferior a R\$ 5.000,00.

4. RESULTADOS

A análise da presente pesquisa foi dividida em duas etapas. Na primeira, foi realizada uma análise quantitativa, a partir de questionários, segmentada a partir dos grupos identificado na coleta de dados. Na segunda, a abordagem foi qualitativa, mediante estudos de casos.

1ª etapa: Análise Quantitativa

A partir da aplicação dos questionários e da análise das respostas obtidas, observou-se **4 grupos diferentes de respondentes**: i) o grupo geral contendo todos os respondentes válidos, ii) o grupo que não utiliza serviços bancários, iii) o grupo que utiliza apenas serviços de bancos tradicionais e iv) o que utiliza serviços de bancos digitais. Assim, foi possível identificar as características de cada grupo.

Grupo 1: O grupo Geral é composto por 340 respondentes, que se caracterizam por ser 51,2% do gênero masculino e 48,8% do gênero feminino, de idade média de 23 anos, solteiros (86,5%), no ensino superior incompleto (60,3%) e estudantes (50,6%), ainda. 66,2% possuem renda até 1.000,00.

Grupo 2: Esse grupo caracteriza-se por ser composto por 45 respondentes que não utilizam serviços bancários, dentre os quais 64,4% são mulheres, idade média de 21 anos, solteira (86,7%), ensino superior incompleto (48,9%) e renda até R\$ 1.000,00 (82,2%).

Grupo 3: O terceiro grupo identificado é composto por 94 respondentes que utilizam apenas serviços de bancos tradicionais, dentre eles, 55,3% são do sexo feminino, em média 24 anos de idade, superior incompleto (63,8%), estudante (52,1%) e de renda até R\$ 1.000,00 (69,1%). Pode-se observar que este grupo conhece vários dos bancos digitais.

Grupo 4: o grupo foi composto por 201 pessoas que utilizavam serviços de bancos tradicionais e digitais. Dentre eles, 53,7% são do sexo masculino, 46,3% do sexo feminino, de idade média de 22 anos, solteiros (89,6%), 45,8% são estudantes e 19,9% trabalham de carteira assinada. São do ensino superior incompleto (61,2%) e de renda até R\$ 1.000 (61,2%).

A todos os grupos, foi elencada a pergunta de quais bancos eles já ouviram falar. Dessa forma, dentre os bancos digitais que os grupos mais conhecem destacaram-se o Nubank (96,5%), o Banco Inter (76,5%), o Banco Neon (60,9%) e o Banco Next (61,5%).

Foram elencadas perguntas a fim de conhecer melhor os bancos que são utilizados pelos respondentes e o uso que eles faziam destes. Ademais, foram elaboradas assertivas para identificar como os respondentes que utilizam serviços de bancos digitais se comportam frente aos bancos tradicionais, aos bancos digitais e aos seus benefícios, como também ao seu banco digital em específico. A amostra que respondeu as assertivas foi a amostra de 201 respondentes (grupo 4), que utilizam bancos digitais. Os demais responderam apenas até o perfil demográfico.

Ao se buscar entender sobre os bancos utilizados por esses respondentes, observou-se que os bancos mais utilizados são o Nubank (88,6%), o Bradesco (41,8%) e a Caixa (38,3%). Destaca-se que 41,3% possuem o Nubank como sua conta principal, ou seja, o banco que

mais utiliza, e 15,9% utilizam o Bradesco como principal. Os demais bancos possuíram percentuais menores, sendo estes dois os mais utilizados.

Em relação ao motivo pelo qual utilizam esse banco como principal, destacam-se possuir menos burocracia (47,3%), pelo melhor serviço e atendimento (39,8%), pelas taxas baixas e por receber salário ou bolsa (ambas 39,3%). Observou-se também que dentre os serviços mais utilizados, destacam-se pagamentos e transferências (96,5%), cartão de crédito (78,1%) e extratos bancários (79,1%).

Os respondentes também deram notas aos seus bancos principais. O Nubank se destaca por possuir uma média de notas 9,33, relativamente alta, sendo também o banco principal da maior parte dos respondentes. O Banco Inter, fica em segundo lugar conforme a média das notas obtidas, 9,31. Com média igual a 9,00, destacam-se também o banco Neon também digital. O Banco Caixa chama atenção por ser o mais mal avaliado, em média, tendo um serviço valorado por nota 7,50, razoável. Em penúltimo, tem-se o Bradesco, com a nota razoável de 7,66. Além disso, 65,2% dos respondentes abriram sua conta no banco digital há mais de um ano e 19,9% entre 6 meses e 1 ano atrás.

A seguir, as afirmativas da presente pesquisa foram divididas em **quatro blocos**, dentre os quais destacam os fatores que incomodam no serviço bancário tradicional, os motivos pela escolha por bancos digitais, os benefícios dos bancos digitais e os motivos pela escolha do seu banco digital, foram analisadas as médias e medianas, na etapa quantitativa.

Assertivas do bloco 1: fatores que incomodam no serviço bancário tradicional

No primeiro bloco da presente pesquisa, destacam-se as assertivas referentes aos **fatores que incomodam no serviço bancário tradicional**. Elas foram mensuradas conforme a escala Likert de 5 pontos, variando de “Não incomoda muito” para “Incomoda muito”

Entre as assertivas levantadas a respeito dos fatores que incomodam no serviço bancário tradicional, destacou-se a assertiva relativa às agências lotadas (4,61), tendo a maior média registrada. Altas taxas e tarifas também são vistas com incômodo (4,53), além das cobranças de serviços não contratados (4,30). Assim, os respondentes consideram que o serviço bancário tradicional possui muita burocracia (4,31). Outro ponto levantado foi a falta de informações oferecidas pelos bancos (4,20), sugerindo que o público busca entender os serviços que utilizam dos bancos, mas que nem sempre as informações necessárias são oferecidas facilmente. E essas assertivas apresentaram medianas máximas com valor 5. Foram identificados também os motivos que menos incomodam os respondentes, eles relacionam-se à dificuldade de acesso ao crédito (3,44) e poucas alternativas de investimento (3,45), e mostram medianas menores, com valor 3. Dessa forma, as pessoas são indiferentes à dificuldade de acesso ao crédito, não sendo algo que as incomode ou deixe de incomodar. Poucas alternativas de investimento também não é um fator de incômodo, sendo visto com indiferença, uma vez que o serviço bancário tradicional proporciona diferentes formas de investimento.

Assertivas do Bloco 2: os motivos pela escolha por bancos digitais.

O segundo bloco da presente pesquisa destaca os motivos pela escolha por bancos digitais, em que as respostas foram mensuradas pela escala likert de 5 pontos, variando de “Discordo Totalmente” a “Concordo totalmente”.

O fator mais identificado dentre as assertivas do segundo bloco da pesquisa foi a comodidade em transações, uma vez que os respondentes concordaram mais em relação a ele (4,73). Foi visto que eles utilizam banco digital porque não tem taxas para transferências e manutenção de conta (4,66), é possível perceber que os respondentes valorizam opções que reduzem os seus custos e que utilizam os serviços dos bancos digitais para suprir necessidades funcionais, como evitar a ida às agências (4,65), retomando a comodidade outra vez e são assertivas com valor 5. Além disso, os respondentes discordam de realizar investimentos financeiros somente em bancos tradicionais (1,84) e que não se sintam seguro para realizar investimentos em bancos digitais (2,25), com medianas menores, respectivamente 1 e 2, mostrando assim, de que eles também realizam investimentos em bancos tradicionais e se sentem seguros na realização de investimentos, alavancado mais motivo para eles optarem por bancos digitais.

Assertivas do Bloco 3: benefícios dos bancos digitais

O terceiro bloco de afirmativas da presente pesquisa relaciona-se aos benefícios dos bancos digitais, conforme as respostas obtidas. As respostas foram mensuradas pela escala Likert de 5 pontos, variando de “Discordo Totalmente” a “Concordo totalmente”.

A partir das respostas obtidas, o maior benefício visto pelos respondentes a respeito dos bancos digitais é a capacidade para navegar no aplicativo/site livre de erros (4,75), com maior média. No aspecto técnico os bancos digitais lideram, mas no aspecto de atendimento ao cliente, eles também se destacam, uma vez que os respondentes concordam com o bom atendimento online oferecido pelos bancos digitais, sendo um benefício bastante importante (4,46). As pessoas da pesquisa valorizam a agilidade dos serviços que contratam e concordam totalmente com o benefício da possibilidade de realizar as transações rapidamente na conta digital (4,70) e a facilidade de navegação pelo aplicativo/site da minha conta digital (4,61), o que demonstra que o fato dos aplicativos terem praticidade na utilização, é um ponto bastante importante quando optam por bancos digitais. Ademais, foi observado na presente pesquisa a diversidade de serviços bancários e transações que os respondentes realizam. Dessa forma, eles concordam com o benefício dos bancos digitais de possuir opções de procurar e realizar diferentes tipos de transações (4,39) e adaptar a sua conta de acordo com as suas preferências (4,50).

São pessoas que gostam de estar informados dos custos de suas transações e veem como um benefício (4,26). O fato de o site e o aplicativo desses bancos possuir extensões de segurança também é visto como um benefício pelos respondentes (4,32). Além das extensões de segurança, o visual atraente dos sites é um atrativo para os respondentes (4,43). A combinação de facilidade, agilidade e segurança de dados trazem aos respondentes confianças ao acessarem e realizarem transações em suas contas digitais, como observado nas respostas da segunda assertiva desse bloco (média 4,47).

Vale destacar, que todas as assertivas tiveram valores altos em relação à mediana, confirmando as assertivas, com o ponto que todos concordam totalmente com elas.

Assertivas do Bloco 4: motivos que levam à escolha do banco

As assertivas do Bloco 4 referem-se aos motivos que levam à escolha do banco digital dos respondentes. Também as respostas foram mensuradas pela escala likert de 5 pontos, variando de “Discordo Totalmente” a “Concordo totalmente”.

Os motivos principais que levaram os respondentes à escolha do banco digital foi o cartão de crédito ser isento de anuidade (4,72), o banco digital dos respondentes é popular e bem avaliado (4,70) e o banco digital não cobra taxas (4,52), relacionado também ao fator custos. Assim, foi possível perceber que os motivos principais estão relacionados aos custos e à popularidade do banco. Também se observou os motivos menos relevantes, em que os respondentes foram indiferentes ao seu banco digital possuir programa de fidelidade (3,37) e indiferentes a conseguir uma aprovação de crédito mais rápida nele (3,77). A mediana variou entre 4 e 5 nas assertivas, ou seja, os respondentes concordam totalmente ou parcialmente.

2º etapa: Análise Qualitativa

Com o objetivo de se aprofundar mais no estudo foi realizado um estudo de casos, a partir de entrevistas. Essas entrevistas foram orientadas por roteiros para dois perfis: quem não utiliza conta em bancos digitais e quem utiliza, sendo elaborados dois roteiros com três e dez perguntas respectivamente, além de informações como gênero, idade, estado civil e renda, formando o perfil dos entrevistados. Por meio dessas entrevistas foi realizada uma análise qualitativa nos dados das entrevistas, fazendo comparações entre as respostas obtidas. Essa etapa foi segmentada em três passos: no primeiro foi análise das duas amostras, no segundo análise dos bancos e os motivos de quem não utilizam bancos digitais e no terceiro com os que utilizam bancos digitais.

Análise descritiva

O estudo de caso foi composto por 50 entrevistados, na faixa etária de 18 anos a 22 anos. O perfil dos entrevistados foi 52% feminino e 48% masculino, sendo todos solteiros. Em relação à renda dos respondentes 54% não possui renda própria, sendo ela proveniente da família. Dentre os demais, destacam-se os bolsistas (24%), logo depois estagiários e trabalhadores formais, com 8%, cada um deles. Em uma proporção menor, foram identificados trabalhador informal, jovem aprendiz e aposentado no INSS, representando 2% dos casos, cada fonte de renda. A respeito da escolaridade, entende-se que os entrevistados são pessoas que possuem o Ensino Superior Incompleto, representando 86% deles. Dentre os demais, 8% possuem curso técnico, 4% possuem ensino médio e apenas 2% possuem o ensino superior completo.

Os casos de quem não utiliza serviços de bancos digitais resumiram-se a 15 pessoas, sendo 53,30% do gênero feminino e 46,70% do gênero masculino, à idade o perfil demonstrou ser 100% jovens, com idade, entre 19 e 21 anos, predominantemente solteira e sem dependentes. Em relação à renda dos respondentes 60% não possui, e entre aqueles que possuem a maior porcentagem concentra-se em bolsistas (33,30%), logo depois o trabalho formal, com 6,7%. A respeito da escolaridade a 93,30% possui Ensino Superior incompleto.

Os entrevistados que utilizam serviços de bancos digitais compoem 35 pessoas, em relação ao gênero foram 54,3% feminino e 45,7% masculino, em relação à idade o perfil demonstrou ser 100% jovens, com idade, entre 18 e 22 anos, com média de 19,66. Em relação á renda dos respondentes 51,40% não possui, e entre aqueles que possuem a maior porcentagem concentra-se em bolsistas (20%), logo depois estagiários com 11,40%, trabalho formal com 8,60%, logo depois trabalho informal, jovem aprendiz e aposentado no INSS, com 2,90% cada. A respeito da escolaridade, os casos são compostos principalmente de

peças com Ensino Superior incompleto, esse representando 82,90%. 100% deles são solteiros e sem dependentes.

A segunda etapa da pesquisa busca evidenciar os resultados a respeito dos indivíduos que não utilizam serviços de bancos digitais.

Pessoas que não utilizam bancos digitais

Dentre os entrevistados que não utilizam serviços de bancos digitais, foram elencados os bancos tradicionais que eles utilizam, dentre os quais o Bradesco é utilizado por 53,33% deles, seguido do Banco Caixa, por 33,33%. 20% são clientes do Banco do Brasil, 6,67% são do Banco Pan e do Banco Santander. 13,33% não utilizam serviços bancários.

Foram elencados os bancos principais dos entrevistados, destacando novamente o Bradesco, banco principal de 46,70% deles. Além disso, 20% dos indivíduos da pesquisa utilizam o Banco Caixa como principal, 13,3% o banco do Brasil, 6,7% o Banco Santander. 13,3% não utilizam nenhum.

Os entrevistados elencaram motivos pelos quais não utilizam bancos digitais, dentre eles, não utilizam frequentemente serviços bancários, não sentindo necessidade (33,3%). Além disso e não possuem renda própria (20%). É possível denotar que se trata de indivíduos sem liberdade financeira e que, por não possuírem renda própria e serem dependentes da família (conforme o perfil) não realizam movimentações financeiras frequentes. Nesse caso, não utilizam nem bancos tradicionais e nem digitais. Além disso, conta-se com a parcela dos entrevistados que utiliza bancos tradicionais, mas por conta de insegurança frente ao digital (26,7%) ou por estarem satisfeitos com os bancos tradicionais, optaram por permanecer apenas neles (13,3%).

A terceira etapa da análise foi realizada a partir das entrevistas realizadas com os indivíduos que utilizam bancos digitais.

Pessoas que utilizam bancos digitais

Em relação aos entrevistados que utilizam serviços de banco digitais, buscou-se, inicialmente, saber quais serviços eles já utilizaram. A respeito dos serviços já utilizados e os que mais utilizam, foram citados com maior frequência: transferência bancária (68,57%); Cartão de crédito (65,71%); pagamentos de boleto (48,57%), PIX (42,86%), depósitos (25,71%); Cartão de débito (14,29%), poupança (14,29%), investimentos (11,43%), recargas de celular (11,43%). Os mais utilizados é crédito e transferências.

Os entrevistados elencaram os bancos que eles utilizam, a partir disso, foi observado que 82,86% deles são clientes do Nubank, 31,43% são da Caixa e 28,57% são do Banco

Inter. Torna-se nítido que bancos digitais concentram a maior parte dos clientes da presente pesquisa. Em percentuais menores, tem-se o Bradesco (25,71%), Banco do Brasil (20%), C6 (8,57%), Itaú (5,71%), Neon (5,71%), Picpay (5,71%), Pagbank (2,86%), Santander (2,86%) e Next (2,86%).

Em relação aos seus bancos principais, o Nubank é o banco principal de 62,9% dos entrevistados, seguido do Inter (11,40%) e do Banco do Brasil (8,6%). Denota-se que os bancos digitais estão sendo utilizados com uma maior recorrência, quando comparados aos tradicionais. Além disso, 5,7% utilizam o Bradesco, 5,7% o banco Caixa, 2,9% utilizam o banco Next e 2,9% o PagBank. Ademais, pode-se perceber que, apesar de o Banco Caixa ser o 2º mais utilizado entre os respondentes, não é considerado seu principal por muitos deles.

O maior motivo de utilizar contas pelos bancos digitais é pela facilidade e não possui taxas que essa conta proporciona, entre os principais motivos foram: Facilidade (62,86%), sem custos (25,71%), Aplicativo fácil e atrativo (8,57%), Indicação (11,43%), Investimento (20%), Crédito (22,86%), bom Atendimento (5,71%) e sem burocracia (8,57%). Entre algumas respostas entre os respondentes foram: “Por não cobrar taxa mensal, ter débito e crédito em um lugar só, poder utilizar os serviços a qualquer hora”; “praticidade, facilidade de contato e foi recomendado por amigos e familiares”.

Quando questionados sobre o diferencial dos bancos digitais que utilizavam, foi expressiva a explanação a respeito do Nubank e do Inter, principais bancos citados pelos respondentes.

É possível observar, que dentre os usuários do Inter, seus diferenciais mais elencados foram à plataforma ser intuitiva (16,7%), não possuir tarifas (33,3%), seu cartão de crédito possuir um limite progressivo e sem anuidade (16,7%), além da adequação do cliente ao perfil de investimento (16,7%) e o cashback (16,7%), ter dinheiro de volta nas compras. O entrevistado 46 colocou que “Não pago taxas., o entrevistado 21: “Nenhuma tarifa em tudo (por exemplo, não uso Nubank porque neste há a tarifa para sacar o dinheiro)”.

Os clientes do Nubank destacaram que o diferencial do banco seria, principalmente, a sua rapidez (14,6%) e atendimento (9,8%). Além disso, destacaram também as opções de investimento, como deixar o dinheiro na conta rendendo (12,2%), sendo percebido o rendimento como maior que a poupança. Além disso, outros pontos como design, melhores opções de crédito, ausência de taxas e mais confiança são valorizadas pelos entrevistados. Chama-se atenção ao fato de que alguns não sabem ou não entendem o diferencial e um respondente vira como diferencial a atração da marca. Como pode ser observado nas falas dos respondentes, entrevistado 47 coloca que “Não tem anuidade no cartão, e o limite aumenta mesmo sem confirmação de renda fixa”, entrevistado 33: “Cartão Gratuito, design diferente, Chat de atendimento ao cliente rápido”. O único usuário do Mercado Pago destacou a praticidade (50%) e a facilidade de uso do banco digital (50%), enquanto o do C6 relatou rapidez (33,33%), o aplicativo bem estruturado (33,33%) e o ganho de pontos por dinheiro gasto (33,33%).

Em relação aos motivos que levaram os respondentes a aderirem aos bancos digitais, destaca-se em primeiro lugar as facilidades que os bancos proporcionam (22,2%). Foi possível depreender que os respondentes realizam diferentes tipos de transações, como

pagamentos, transferências, PIX. Para eles, é mais fácil e prático realizar as suas compras, aderiram pela facilidade de uso e pelo fácil acesso na plataforma. Destacou-se também a aderência em razão da ausência de cobrança de taxas e tarifas, ou tarifas reduzidas, citada por 20% dos entrevistados. Ademais, buscam realizar investimentos (6,7%), sendo um dos motivos para a aderência ao digital. Como pode se ver o entrevistado 1 apresentou que “A facilidade de abrir uma conta mais rápida, mais cômodo também”. O entrevistado 26 “A isenção de taxas de transferência, algo que é bastante comum nos bancos tradicionais.”

Os entrevistados são pessoas práticas, que buscam menos burocracia em suas vidas (4,4%) e que preferem soluções cômodas, que se adaptem ao seu dia a dia, assim, a adesão ao digital veio também para evitar filas ou idas a agências, uma vez que os bancos digitais funcionam de forma 100% online. Tal fator alia-se à comodidade (4,4%), outro motivo citado. Além disso, o fator social se faz presente, uma vez que a indicação de amigos ou familiares também faz parte de suas motivações (8,9%). O entrevistado 5 falou que o que motivou o foi a “Facilidade e comodidade, não ter que sair de casa para pagar contas e fazer transferências.”

Dentre as demais motivações, destacam-se a segurança, popularidade dos bancos, problemas com o banco tradicional, comunicação rápida, dentre outras, conforme mostra a figura 9. Conforme a fala do entrevistado 4 “Popularidade que eles estavam ganhando, principalmente em relação ao investimento. Também por atenderem as necessidades dos clientes de forma simples.”

Em relação à adesão dos entrevistados aos bancos digitais, é possível observar na tabela que a maior parte, representando 36,7% é cliente de bancos digitais entre 1 e 2 anos, 33,3% utilizam entre 2 e 4 anos. 23,3% estão utilizando há menos de 1 ano. Apenas 6,7% fazem uso dos bancos digitais há mais de 4 anos.

Além disso, foram elencadas as principais vantagens e desvantagens dos bancos digitais. Dentre as vantagens mais citadas, destacaram-se as facilidades (21,1%) que os bancos digitais trouxeram para a vida dos seus clientes, como, conforme os entrevistados citaram poder utilizar e resolver suas coisas no próprio aplicativo, de obtenção de crédito, na abertura de conta e de realizar os processos de cada transação. Destaca-se também a vantagem de não ter que ir à agência ou sair de casa (12,7%), novamente demonstrando que os entrevistados valorizam tal aspecto. Custos mais baixos também é uma vantagem, uma vez que foram citadas tarifas/taxas baixas ou inexistentes (11,13%). Uma vantagem também percebida foi à praticidade (11,3%), que se alia bastante a menor burocracia (7%), garantindo a melhor experiência dos clientes. Também foram elencadas as transações à distância, aplicativo, cartão sem anuidade, acesso a informações, que demonstram a gama de vantagens percebidas pelos usuários dos bancos digitais. De acordo com as falas apresentados o Entrevistado 3: “Se resume a compilação de informação e praticidade do dia a dia, o banco digital contribui diretamente para a qualidade de vida do usuário, poder pagar contas a distância, sacar onde eu quiser”. O Entrevistado 14: “atendimento rápido, possibilidade de resolver problemas sem sair de casa”,

Dentre as desvantagens mais citada é a falta de contato com o cliente (17,1%). Foi nítido que apesar de todo o avanço da tecnologia e do atendimento nesses bancos, ainda é sentida a falta desse contato. A tarifa paga para realizar saques (17,1%) também deixa os

entrevistados descontentes. São indivíduos que realizam movimentações constantemente e veem como desvantagem a liberação de crédito lenta (8,6%). Além disso, relatam a menor aceitação dos bancos digitais perante instituições e empregos (5,7%), como requisitam de conta bancária ativa. Apesar das desvantagens enumeradas e destacadas na figura, 14,3% não conseguem citar desvantagens para os bancos digitais. O entrevistado 48 destacou que as desvantagens vivenciadas por ele foram “Não ter agência e demorar para solucionar problemas, além de demorar muito na ligação” e o entrevistado 21 “Desvantagens não consigo pensar nada a não ser o fato de que as empresas (quase) nunca aceitam depositar o salário dos empregados nesses bancos”.

Dentre os motivos que mais motivaram a adesão aos bancos digitais, baseado em experiências nos bancos tradicionais foram as taxas, sendo citadas por 25,6% dos entrevistados, a burocracia (20,5%), a ida a agências (12,8%) e pegar filas (10,3%). Assim, é possível entender que os indivíduos se sentiam tão descontentes com tais situações que preferiram trocar o banco que utilizavam e buscar novas opções. Como pode ser notado na fala do entrevistado 18 “filas, dificuldades no contato, necessidade de estar presencialmente nas agências, mas minha primeira conta bancária que eu utilizava normalmente foi primeiramente um digital e depois um tradicional por necessidade e por ter ocorrido dentro do contexto de pandemia foi uma experiência ainda pior”. E o entrevistado 44 “Sim, a burocracia, a demora de atendimento e a tarifa de manutenção”.

Os entrevistados valorizam bastante sua relação com o banco e a forma como é atendido, assim, ressalta-se também mau atendimento (7,7%) e demora nos bancos tradicionais (5,1%) como fatores que motivaram a adesão ao digital. O entrevistado 21 apresentou que o que levou a aderir aos bancos digitais, foram “As altas tarifas e o péssimo atendimento” do banco tradicional. E o entrevistado 33 “Filas enormes, demoras e qualidade de atendimento ruins.”

Em relação a realizar investimentos, 48,5% não realizam (16 pessoas) e 51,5% realizam (17 pessoas), sendo casos bastante divididos. Assim, questionou-se também em que bancos os entrevistados realizam os seus investimentos. Os bancos que mais se destacaram foram o Banco Inter (33,3%), seguido do Nubank (22,22%) e a Caixa (11,1%). Além disso, entre corretoras, os entrevistados citaram a Clear e a Rico.

Os entrevistados realizam os seus investimentos em canais semelhantes entre si, dentre os quais 70,59% realizam em seus bancos. Além disso, 29,41% realizam em corretoras.

Dentre as formas de investimento, o entrevistado nº 2 falou que realiza compra de ações, por meio do Banco Inter, digital, segundo o entrevistado, ele deixa o dinheiro sempre na conta do Inter e o transfere para a corretora, quando está a fim de realizar a compra das ações. Assim como o Entrevistado nº 3: Realiza seus investimentos na corretora Clear, sem taxa de corretagem. Ele transfere o dinheiro de suas contas para a corretora e, nela, realiza a compra de ações. O Entrevistado nº 17: Realiza investimento no Tesouro Direto. Todo mês separa uma parcela fixa e coloca no Tesouro Selic, pois tem intenção de usar o dinheiro no curto prazo. Prefere deixar no tesouro Selic, pois tem liquidez diária. Decidiu usar corretora porque o banco não tem as opções de investimento. O Modalmais é banco e corretora, mas ele utiliza apenas para investimento.

5. CONCLUSÃO

A partir dos resultados obtidos, é possível concluir que, dentre os casos estudados, os entrevistados são predominantemente jovens, assim, aceitando o pressuposto 1, de que os clientes dos bancos digitais são jovens, que além de buscar maior rapidez e agilidade em suas transações, buscam produtos e serviços com menores taxas. A partir disso, atingiu-se o primeiro objetivo específico da pesquisa de detalhar o perfil socioeconômico dos entrevistados.

Os serviços utilizados por eles são básicos, como pagamentos de contas, poupanças ou utilização de cartões. Assim, o 2º pressuposto da pesquisa pode ser aceito, ou seja, eles buscam por serviços baixos. Dentre os serviços bancários que eles utilizam, destacaram-se os pagamentos, as transferências, o cartão de crédito e os extratos bancários. Também foi possível identificar os principais produtos utilizados por eles, alcançando o segundo objetivo específico.

Dentre os serviços bancários que eles utilizam, destacaram-se os pagamentos, as transferências, o cartão de crédito e os extratos bancários, esses jovens são atraídos pela disrupção e por comodidade em suas vidas, utilizam os bancos digitais pela facilidade e pelas menores taxas. A partir disso, aceita-se o pressuposto 3 da presente pesquisa, em que o principal motivo são os custos básicos. Além disso, o objetivo específico c de identificar os fatores que levam a escolha por bancos digitais foi alcançado. Assim como, foi analisado o motivo da escolha por um banco digital e o objetivo específico f da pesquisa.

Ao se dividir a amostra em grupos, foi possível a partir da análise, concluir que os respondentes não utilizam apenas bancos digitais. O grupo 4 da presente pesquisa possuía indivíduos com contas em bancos digitais e tradicionais. Dentre as assertivas ficou claro que além dos serviços básicos, eles também realizavam investimentos em demais instituições bancárias, sendo o pressuposto 4 aceito, uma vez que eles possuem contas em outros bancos. Assim, o objetivo d da pesquisa, em que buscou-se identificar as instituições que os clientes de bancos digitais possuem conta foi alcançado. Destaca-se serem, em sua maioria (82,86%) clientes do Nubank, dentre eles 62,9% possuem o Nubank como banco principal. São pessoas que aderiram aos bancos digitais nos últimos dois anos (60%).

Conforme ressaltado, os respondentes não realizam investimentos financeiros somente em bancos tradicionais e se sentem seguros para realizar investimentos em bancos digitais. Conclui-se que o pressuposto 5 da presente pesquisa também foi aceito. Ademais, o objetivo específico de identificar como realizam seus investimentos também foi alcançado. Além disso, não são clientes de alta renda, muitos deles não possuindo nem renda própria, o que comprova o pressuposto 6 do estudo.

Dentre as limitações do presente estudo, denota-se o leque da pesquisa. Para estudos futuros, propõem-se, expandir o número de casos, como a satisfação do cliente de bancos tradicionais e digitais e suas características.

6. REFERÊNCIAS

AFSAR, B.; REHMAN, Z. U.; QURESHI, J. A.; SHAHJEHAN, A. Determinants of customer loyalty in the banking sector: The case of Pakistan. *African Journal of Business Management*, v. 4, n. 6, p. 1040-1047, 2010.

ALVES, A. C. Por que os consumidores estão preferindo os bancos digitais? Um estudo sobre atributos de valor que influenciam o comportamento do consumidor. 2018. Monografia (Graduação em Administração) - Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL, Acesso à informação. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fhtms%2Fdeorf%2Fr199812%2Ftexto.asp%3Fidpai%3Drevsfn199812>>. Acesso em: 20 mar. 2020

BANCO CENTRAL DO BRASIL, Acesso à informação. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fis%2Finfo%2Finstituicoes.asp%3Fidpai%3DINFCAD>>. Acesso em: 20 mar. 2020

BANCO CENTRAL DO BRASIL, Home Page. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/bancoscaixaseconomicas>> Acesso em: 29 abr. 2021

BANCO CENTRAL DO BRASIL, Home Page. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/sfn>> Acesso em: 29 abr. 2021

BARROS, G.; COELHO, I.; PALOMARES, V. O impacto das fintechs no setor bancário nacional. Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística, v. 7, n. 3, p. 83-111, 2019.

BERDI, D; ORSO, L.D. Bancos digitais: estudo sobre os fatores de adesão e permanência de clientes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas. 2019.

BEZERRA, R. R. Análise do Setor Bancário: A Presença dos Bancos Espanhóis do Brasil, Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2005.

CAMARGO, P.O. A evolução recente do setor bancário no Brasil. Cultura Acadêmica, São Paulo, 2009.

CHAVES, B.G.S. A emersão explosiva das Fintechs, as startups conquistando o espaço no mercado brasileiro. Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de graduação em Ciências Econômicas, da Universidade do Sul de Santa Catarina. Santa Catarina, 2018.

CUNHA, A. M. A intermediação financeira em tempos de crise. Jornal da Universidade, Rio Grande do Sul, 9 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/a-intermediacao-financeira-em-tempos-de-crise/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

Dutta, K; Dutta, A. Customer Expectations and Perceptions across the Indian Banking Industry and the Resultant Financial Implications. Journal of Services Research, v. 9, 2009.

FEBRABAN. Federação Brasileira de Bancos. (2020). Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2020. Disponível em <<https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/pesquisa-febraban-relatorio.pdf>>. Acesso em: 16 de jul de 2021.

<https://dspace.doctum.edu.br/handle/123456789/2028?mode=simple>

FARHI, M; PRATES, D.M. A crise financeira e a evolução do sistema bancário. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Brasília, 2018.

GIL, A. C. Metodologia do ensino superior. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MANTOVANI, D. Maioria dos jovens já usa mais bancos digitais do que tradicionais. Folha de Londrina, Londrina, 18 de mai. 2021. Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/economia/economia-para-principiantes/maioria-dos-jovens-ja-usa-mais-bancos-digitais-do-que-tradicionais-3072502e.html>. Acesso em: 17 jul. de 2021.

MARTELLO, A. Cinco maiores bancos comerciais detinham 81,8% do mercado de crédito no fim de 2020, revela BC. G1, Brasília, 07 de jun de 2021. Economia. Disponível: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/06/07/cinco-maiores-bancos-comerciais-detinham-818percent-do-mercado-de-credito-no-fim-de-2020-revela-bc.ghtml>. Acesso em: 17 jul de 2021.

MARQUES, Frank Borges. Bancos digitais X bancos tradicionais: uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário brasileiro. 2019. 64 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Organizacional) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019.

NETO, A.M.G; ARAÚJO, B.A. Transformação digital no sistema bancário brasileiro um estudo sobre as fintechs. Projeto de Graduação do Curso de Engenharia de Produção da Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2020.

PASCUAL, A. W.; Ribeiro, V. M. O Advento das Fintechs - Os Novos Modelos de Negócio Baseados no Uso Intensivo da Tecnologia da Informação. Monografias Poli UFRJ, 2020.

REIS, T. Sistema bancário: entenda como os bancos funcionam no Brasil. Suno Research, São Paulo, 21 set. 2020. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/sistema-bancario/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. Metodologia de pesquisa. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SILVA, A. J. H. METODOLOGIA DE PESQUISA: conceitos gerais. Paraná: Unicentro, 2014.

VILA, M.L. Concentração bancária no Brasil: trajetórias e conversão de capitais dos conselheiros administrativos dos cinco maiores bancos. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia, Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2020.