

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO MERCADO FINANCEIRO: UM ESTUDO DE CASO COM ACADÊMICOS DA FEMA.

Anderson Luiz Arnold<sup>1</sup>  
Michel Weyh<sup>2</sup>  
Darlan Rodrigo Abegg<sup>3</sup>

## RESUMO

O sistema financeiro, é formado por um conjunto de instituições, onde cada uma delas desempenha suas funções e, todas elas são norteadas pelo Banco Central do Brasil. Inserido no sistema financeiro estão os bancos tradicionais, bancos digitais e as *fintechs*, que tem funções e serviços de extrema importância e, que tem influência direta no comportamento do consumidor final. Assim, o tema do presente trabalho, versa sobre: Transformação Digital do Mercado Financeiro. Nesse sentido, busca-se responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como é a aceitação do mercado financeiro digital junto aos acadêmicos da Fundação Educacional Machado de Assis? O trabalho tem por objetivo geral demonstrar como a transformação digital acarretou mudanças nos acadêmicos dos cursos superiores da Fundação Educacional Machado de Assis, num contexto de instituições bancárias na cidade de Santa Rosa/RS e região no segundo semestre de 2022. O presente artigo aborda no referencial teórico conceitos sobre: mercado financeiro, bancos tradicionais e bancos digitais, *fintech*, o comportamento do consumidor e a tendência digital. A pesquisa foi categorizada como aplicada, com um tratamento quantitativo dos dados e quanto aos objetivos foi descritiva. Já para os procedimentos técnicos realizou-se pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, sendo que a produção dos dados foi através da pesquisa direta. Os resultados dos questionários aplicados com acadêmicos, evidenciou o uso dos produtos dos bancos tradicionais e bancos digitais, onde constatou-se que a maioria utiliza e prefere os produtos digitais.

Palavras-chave: bancos tradicionais, bancos digitais, *fintechs*, sistema financeiro.

## ABSTRACT

The financial system is formed by a set of institutions where each of them performs its functions and all of them are led by the Central Bank of Brazil. Inserted in the financial system are traditional banks, digital banks and fintechs, which has functions and services of extreme importance, and which has a direct influence on the behavior of the final consumer. Thus, the theme of this work, deals with: Digital Transformation of the Financial Market. In this sense, we seek to answer the problem of the study: How is the acceptance of the digital financial market with the academics of the Machado de

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Administração – 8º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. Santa Rosa, Brasil. E-mail: anderlarnold@gmail.com

<sup>2</sup> Acadêmico do Curso de Administração – 8º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. Santa Rosa, Brasil. E-mail: michel\_weyh@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Matemática. Orientador. Professor do curso de Administração e Ciências Contábeis. Santa Rosa, Brasil. Faculdades Integradas Machado de Assis. E-mail: darlan.abegg@hotmail.com.

Assis Educational Foundation? The work has as general objective to demonstrate how digital transformation led to changes in the academics of the higher courses of the Machado de Assis Educational Foundation, in a context of banking institutions in the city of Santa Rosa/RS and region in the second half of 2022. This article discusses concepts on: financial market, traditional banks and digital banks, fintech and consumer behavior and the digital trend. The research was categorized as applied, common quantitative treatment of data and as to the objectives was descriptive. For the technical procedures, bibliographic research and the case study were carried out, and the production of the data was through direct research. The results of the questionnaires applied with academics showed the use of the products of traditional banks and digital banks, where it was found that the majority use and prefer digital products.

Keywords: traditional banks, digital banks, fintechs, financial system.

## INTRODUÇÃO

Vive-se em um tempo de constate evolução e é perceptível que a tecnologia está cada vez mais presente em nossas vidas. Consequentemente as pessoas estão mais conectadas umas às outras e mais exigentes tecnologicamente, pois quanto melhor for a sua tecnologia melhor será a sua interação com o mundo.

Com a popularização da internet a humanidade conseguiu avançar em muitas áreas e, as empresas fazem parte dessa evolução. Esse novo cenário proporcionou aos empresários novas oportunidades, como também novos desafios fazendo com que as empresas se desafiassem a suprir a demanda, se reinventando de maneira digital, pois é isso que o mercado necessita.

A partir disso, o tema deste trabalho é: Transformação Digital do Mercado Financeiro. O estudo se delimita em demonstrar como a transformação digital acarretou mudanças com os acadêmicos da Fundação Educacional Machado de Assis (FEMA), dos cursos superiores, num contexto de instituições bancárias na cidade de Santa Rosa/RS e região, no segundo semestre de 2022. Nesse sentido, busca-se responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como é a aceitação do mercado financeiro digital junto aos acadêmicos da Fundação Educacional Machado de Assis?

O objetivo geral deste estudo é verificar o nível de aceitação dos acadêmicos, referente a utilização de instituições financeiras tradicionais em comparação com as digitais. Também são objetivos do presente trabalho, estudar acerca das principais instituições financeiras digitais e tradicionais/físicas do mercado financeiro brasileiro,

apresentar as principais vantagens e desvantagens das instituições financeiras (físicas e digitais) e, por fim realizar junto aos acadêmicos uma pesquisa afim de conhecer a aceitação e escolha quando levado em consideração bancos tradicionais e bancos digitais.

Este trabalho se justifica por criar uma análise teórica da transformação digital do mercado financeiro, vez que se pretende expor a aceitação das instituições financeiras tradicionais e digitais através de uma pesquisa quantitativa de dados obtidos de uma pesquisa realizada com acadêmicos de todos cursos superiores da FEMA.

A discussão acerca das vantagens e desvantagens também é bastante relevante, na medida que são essenciais para direcionar e proporcionar, ao futuro leitor, uma melhor escolha quanto aos bancos tradicionais e digitais, quando levado em consideração, um produto ou serviço de necessidade do indivíduo ou empresas. O assunto escolhido é de extrema relevância para os autores, que busca comparar os serviços prestados entre bancos tradicionais e bancos digitais. Os autores também visam poder compartilhar do conhecimento adquirido no estudo de caso com a Instituição de Ensino Superior.

Outra área beneficiada será a da academia, onde os resultados do estudo ficarão disponíveis para outros acadêmicos e demais interessados, e assim, fomentar cada vez mais a pesquisa científica, podendo ser a base para outros projetos similares. Além disso, a área da administração também se beneficia dos processos de desenvolvimento e resultado do estudo, por possibilitar a visualização dos meios utilizados pelas empresas, bem como uma comparação e diferenciação das instituições financeiras digitais e tradicionais/físicas.

O presente estudo tem como base a pesquisa realizada a campo, portanto, quanto a sua natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada. A metodologia utiliza de uma abordagem dedutiva e quantitativa, com procedimentos de pesquisa descritiva e estudo de caso e, com técnica de coleta de dados e pesquisa bibliográfica. Em relação aos dados coletados, será uma pesquisa quantitativa. Do ponto de vista dos objetivos, será realizada uma pesquisa descritiva e explicativa. Para o presente artigo, os dados coletados serão abordados na forma de estudo de caso. Os principais autores abordados como referência são: Assaf Neto, Carrete, Limeira, Pesente e, Pinheiro.

Em resumo, este artigo é constituído pela introdução, referencial teórico, metodologia da pesquisa, análise e apresentação dos resultados e, por fim, a conclusão do estudo.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

A partir de ideias de diferentes autores, será possível realizar a interpretação, análise e a união desses pensamentos, e assim, desenvolver interpretações a partir de pesquisas científicas. Dessa maneira, o referencial teórico do presente artigo é composto por quatro subdivisões: mercado financeiro, bancos tradicionais e bancos digitais, *fintechs*, e comportamento do consumidor e a tendência digital.

### 1.1 MERCADO FINANCEIRO

Em um primeiro momento, cumpre destacar que o mercado financeiro é considerado um dos pilares para o crescimento econômico, vez que se relaciona diretamente com as taxas de poupança, bem como as de investimento. Outrossim, destaca-se que ele é o principal viabilizador da corrente que alimenta todo sistema econômico (PESENTE, 2019).

Logo, ao conceituar o mercado financeiro, Pesente refere que se trata um conjunto de instituições e instrumentos que viabilizam o fluxo financeiro: de um lado os poupadores e do outro, os tomadores na economia. É um ambiente de compra e venda de valores mobiliários (ações, opções, títulos), câmbio (moedas estrangeiras) e mercadorias (ouro, produtos agrícolas) (PESENTE, 2019).

Considera-se que a existência do mercado financeiro é de fato necessário para as transferências de recursos de unidades que apresentam níveis de poupança para as que necessitam de recursos obtendo uma maior otimização das aplicações (ANDREZO; LIMA, 1999).

Noutro ponto, no que se refere aos membros do mercado financeiro, tem-se que os investimentos representam seus mais importantes membros. Explica-se. As principais formas de investimento se dão através de fundos de investimentos que podem ser pensados no contexto de um aglomerado de recursos monetários que constituem uma alternativa conveniente àqueles indivíduos que almejam a participação ativa dentro do mercado de capitais (ASSAF NETO, 2014).

Assim, pode-se dizer que, o mercado financeiro é o local onde o dinheiro é gerido, pois, havendo este ambiente de compra e venda de valores imobiliários, o câmbio e as mercadorias, é por meio destes canais que o mercado financeiro gera um sistema financeiro.

O sistema financeiro é um conjunto de instituições financeiras públicas e privadas, e seu órgão normativo máximo é o Conselho Monetário Nacional (CMN). O Sistema Financeiro Nacional, faz o elo entre agentes carentes de recursos para investimento e agentes capazes de gerar poupança, com o objetivo de financiar o crescimento (ASSAF NETO, 2014).

Pinheiro fala que os mercados financeiros são como o mecanismo ou ambiente através do qual se produz um intercâmbio de ativos financeiros e se determinam seus preços. São mercados nos quais os recursos financeiros são transferidos das contas superavitárias, até aquelas deficitárias (PINHEIRO 2019).

Entender como funciona o Mercado Financeiro Brasileiro é de suma importância para compreender o funcionamento da sociedade moderna. Nesse sentido, Carrete entende que: “entender o mercado financeiro é o ponto central para um país se desenvolver, um dos pontos chaves para se tornar uma sociedade mais rica e justa. A sociedade que souber utilizar essas fontes e souber multiplicar a criatividade para controlar seus excessos, irá prosperar e se desenvolver” (CARRETE, 2019, p.1).

O mercado financeiro e mercado bancário brasileiro vem evoluindo desde 1980 na busca por maior concorrência com relação a outros países, segurança, melhoria dos processos e na relação com os clientes. Esse processo de melhorias durou pouco tempo, pois em poucos anos teve um cenário de economia acabada, devido ao aumento inflacionário, desvalorização da moeda nacional em relação ao dólar e descontrole fiscal no país (BACEN, 2022).

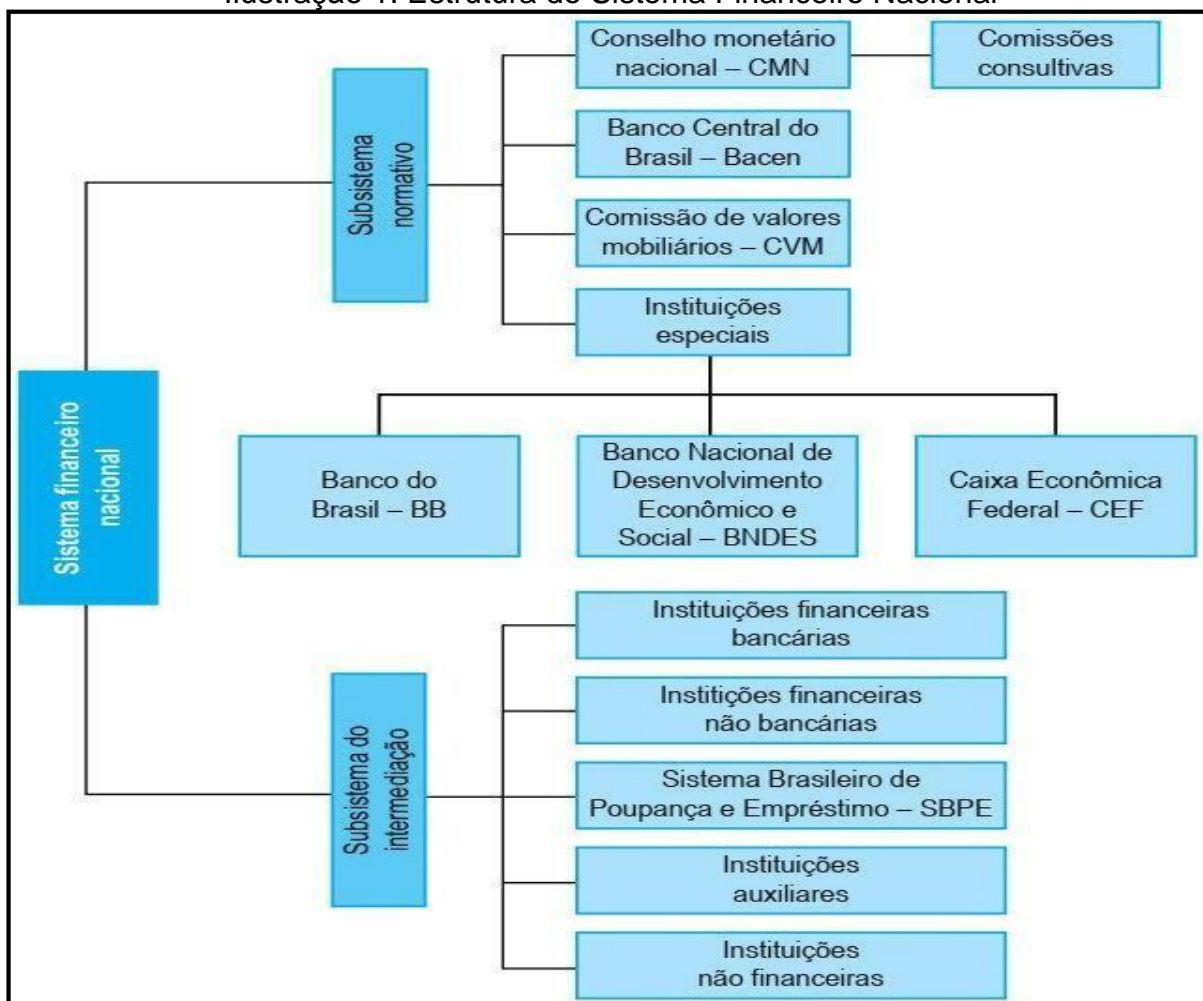
O processo de modernização do sistema financeiro nacional teve início em meados da década de 1990 por meio do Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional, impulsionado pela necessidade em melhorar esse plano e conseqüentemente estabilizar o sistema financeiro da época, com reformas institucionais, e as mudanças legais e normativas introduzidas pelo Banco Central do Brasil (BCB) (PROER, 2022).

Segundo Assaf Neto o sistema financeiro pode ser dividido em dois grandes subsistemas: subsistema normativo e subsistema de intermediação financeira.

[...] O subsistema normativo compõe-se de instituições que definem e executam as regras de funcionamento do SFN, exercem a fiscalização das várias instituições e definem as diretrizes básicas de seu funcionamento. Fazem parte desse subsistema as instituições normativas: CMN (Conselho Monetário Nacional), Bacen (Banco Central), CVM (Comissão de Valores Mobiliários), e outras instituições classificadas como especiais: Banco do Brasil, BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) e CEF (Caixa Econômica Federal). O subsistema de intermediação financeira é formado por instituições que promovem a transferência de recursos entre os vários agentes de mercado – tomadores de recursos e poupadores –, seguindo orientações e diretrizes estabelecidas pelo subsistema normativo. Fazem parte desse subsistema operativo as instituições financeiras bancárias e não bancárias, instituições que compõem o Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo, e outras instituições. (ASSAF NETO, 2014, p. 42).

A ilustração 1 apresenta a estrutura do sistema financeiro nacional:

Ilustração 1: Estrutura do Sistema Financeiro Nacional



Fonte: (ASSAF NETO, 2014).

O mercado financeiro vem em constante crescente, no que diz respeito a novas tecnologias, sobre esse assunto percebe-se a necessidade do sistema se modernizar

constantemente também, visto que, diante dessa ruptura o sistema fica frágil e sujeito a falhas e conseqüentemente crises como ocorrido em 2008 no sistema imobiliário dos EUA.

Novamente Assaf Neto fala sobre o entendimento que a regulação do sistema financeiro exige, que o profissional precisa ter o conhecimento de seus elementos fundamentais, são eles, a regulação, fiscalização e supervisão. As regras da regulação comportamentais são específicas do mercado, a fiscalização precisa verificar se as regras estabelecidas estão sendo atendidas pelos agentes, e a supervisão precisa ser acompanhada para ter o conhecimento da atuação operacional dos componentes de mercado (ASSAF NETO, 2014).

Portanto, pode-se destacar que o mercado financeiro é composto por várias instituições que tem como objetivo regular o Sistema Financeiro Nacional, esse por sua vez é dividido em dois subsistemas, o subsistema normativo e de intermediação, esses subsistemas que regulam e auxiliam na atividade dos bancos tradicionais e bancos digitais, contudo, dessa forma regulando, fiscalizando e supervisionado essas atividades para tornar mais confiável e segura possível.

## 1.2 BANCOS TRADICIONAIS E BANCOS DIGITAIS

Segundo informações extraídas do *site* do Banco Central do Brasil, banco é uma instituição financeira e, no Brasil, são supervisionados pelo BCB (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022). Ainda, de acordo com o órgão, a instituição é:

[...] especializada em intermediar o dinheiro entre poupadores e aqueles que precisam de empréstimos, além de custodiar (guardar) esse dinheiro. Ele providencia serviços financeiros para os clientes (saques, empréstimos, investimentos, entre outros). (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Logo, ao discorrer acerca dos bancos (tradicionais e digitais) que atuam no mercado financeiro, Alexandre Assaf Neto esclarece que:

[...] Os bancos têm focado sua atuação em todo o mundo em obter “ganhos de escala e produtividade” e, para tanto, vêm adotando estratégias de fusões e aquisições. As modernas instituições financeiras procuram ser mais eficientes e objetivam competir no mercado com uma melhor combinação entre lucro e risco (melhor remuneração do risco). (ASSAF NETO, 2021, p. 17-18).

Dessa forma, considerando a importante função do Banco Central, qual seja, a supervisão das instituições financeiras, cabe destacar ainda, que tal atividade é desempenhada com o objetivo de que estes sigam as regras e as regulações estabelecidas pelo Sistema Financeiro Nacional. (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Outrossim, nas palavras de Liliam Sanchez Carrete e Rosana Tavares, o BCB:

[...] é o agente que regula, fiscaliza e controla o funcionamento dos bancos, garantindo assim o bom funcionamento do ciclo de transações apresentado acima [...] é o principal executor das orientações do Conselho Monetário Nacional (CMN) e responsável por garantir o poder de compra da moeda nacional. O Bacen é o banco dos bancos; gestor do sistema financeiro (normatiza, autoriza, fiscaliza, intervém); agente da autoridade monetária (controla fluxos e liquidez monetários), banco de emissão (emite e controla fluxos de moeda) e agente financeiro do governo (financia o Tesouro Nacional, administra a dívida pública e é depositário das reservas internacionais). (CARRETE; TAVARES, 2019, p. 37-38).

Portanto, o BCB (2022) classifica os bancos em diferentes tipos conforme suas características, são eles:

- a) Banco Comercial: a sua principal função é disponibilizar crédito para financiar empresas prestadoras de serviços, comércio e indústrias, além de pessoas físicas em geral. É característico deste banco a captação por depósito à vista e depósito de poupança. Alguns dos bancos comerciais são o Banco Alfa, Banco Agibank e Banco Crefisa.
- b) Banco Múltiplo: instituição financeira pública ou privada que opera com a junção de diferentes carteiras. Deve ser constituído com, no mínimo, duas delas, sendo uma, obrigatoriamente, comercial ou de investimento. As principais instituições existentes são bancos múltiplos que oferecem ampla diversificação de serviços bancários. Como exemplos tem-se o Banco Bradesco, Banco Santander, Itaú Unibanco, Banco do Estado do Rio Grande do Sul e Banco do Brasil. (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Nesta linha, o BCB, conceitua os bancos digitais como sendo modelos de negócio baseados em tecnologia inovadoras, vez que apresentam plataformas online, inteligência artificial, big data, protocolos de comunicação e armazenamento de dados, dentre outras (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Logo, em um conceito geral e simplista, o banco digital é uma instituição financeira *online*, sem estrutura física que oferece serviços mais tecnológicos, simples e mais baratos para os indivíduos, tendo em vista que todo o processo, desde a abertura da conta, bem como o atendimento e os pagamentos, é feito de forma virtual.

Ou seja, o banco digital oferece não apenas serviços *online*, mas toda a experiência dos clientes é pautada nesse ambiente

Conforme o Estudo Especial nº 89/2020, realizado pelo Banco Central e divulgado originalmente como base no Relatório de Economia Bancária (2019), os bancos digitais chegaram para:

[...] disputar um lugar no mercado de serviços bancários, com forte apelo mercadológico baseado em promessa de baixos custos de tarifas e serviços e acesso simplificado [...] o modelo de negócio digital possui uma dinâmica diferente dos modelos tradicionais. Novos entrantes e novos modelos de negócio tendem a surgir no mercado. A evolução e resultados desses novos modelos estão sendo avaliados e monitorados continuamente pelo BCB. (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Ademais, as inovações dos bancos digitais não possuem fronteiras, quanto mais digitais eles forem, mais vantagens competitivas eles terão. Usualmente, esses bancos oferecem abertura de conta simplificada, dispensa ou valor mais baixo de tarifas, maior transparência, melhor experiência do cliente e integração com outros serviços financeiros de natureza complementar ou até serviços não financeiros (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Deste modo, cabe destacar a relação entre bancos tradicionais e bancos digitais, sendo os dois exemplos de serviços supervisionados e normatizados pelo Banco Central do Brasil, onde que um possui serviços mais tradicionais e o outro serviços mais contemporâneos e digitais. Deve se destacar a importância e eficácia de cada um destes serviços no dia a dia das pessoas e empresas, onde que cada um tem seus pontos positivos e pontos negativos.

Ilustração 2: Características dos bancos tradicionais e bancos digitais.

Banco tradicional	O banco tradicional foi o primeiro a fornecer serviços financeiros, como depósitos em dinheiro, empréstimos, transferências de dinheiro, pagamentos de contas e assim por diante. No entanto, o sistema bancário era vinculado à localização e era necessária uma visita à agência mais próxima para cada transação.
Banco digital	O banco digital leva a transição para a Internet um passo adiante, eliminando completamente a necessidade de agências físicas. O relacionamento de um cliente com um banco digital é iniciado e permanece <i>online</i> o tempo todo, sem a necessidade de visitar qualquer agência física do banco.

Fonte: Makad (2019)

O objetivo do presente trabalho é estudar acerca dos principais bancos tradicionais e bancos digitais, e na tabela a seguir está listado os bancos utilizados para realização da pesquisa, e seus principais serviços ofertados.

Ilustração 3: Principais serviços ofertados pelos bancos tradicionais e bancos digitais.

<b>BANCOS</b>	<b>PRINCIPAIS SERVIÇOS OFERTADOS</b>
Itaú	Serviços de câmbio, consórcio, cartão de crédito, crédito (imobiliário, consignado, corporativo), seguros, investimentos e conta digital. A conta digital inclui cartão sem anuidade, compras e transferências via Qr Code, crédito, depósitos, transferências e saques ilimitados gratuitos e seguros.
Bradesco	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Banco do Brasil	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Mercado Pago	São ofertados serviços de pagamentos e transferências, mercado pontos com programa de recompensas, crédito fácil, cartão de débito grátis.
Santander	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Banrisul	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Caixa Econômica Federal	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.

C6 Bank	Cartão de crédito e débito, cartão de tag pedágios gratuitos, conta digital grátis, programa de pontos chamado de Átomos e plataforma de investimentos.
Sicredi	São ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Cresol	são ofertados os serviços de câmbio, cartão de crédito, cesta de serviços PJ, cobranças, custódio de cheques, depósitos identificados, empréstimos e financiamentos, investimentos, pagamentos, talão de cheques, transmissão de arquivos. Além de cartão de crédito e débito, saques e extrato no terminal e serviços presenciais nas agências.
Banco Inter	São ofertados serviços de câmbio, consórcios, cartão de crédito, crédito imobiliário, consignado, seguros, investimentos e conta digital. Inclui cartão sem anuidade, compras e transferências ilimitadas e gratuitas, pagamentos por QR Code.
Nubank	Conta digital sem anuidade, cartão de crédito e débito, investimentos, função de débito que deve ser solicitado no app, e programa de pontos que acumulam a cada R\$1,00 gasto em compras no crédito. A conta digital não possui tarifas, possui a função de depósito via boleto e emissão de cartão com função débito. Já para função de saque é cobrado o valor de R\$6,50 para cada saque.
Neon	Oferece cartão de crédito sem anuidades e débito automático, cartão de débito internacional gratuito, plataforma de investimentos, empréstimos, transferências e depósitos sem custo e não possui anuidade.
Next	É o banco digital do Bradesco, possui conta e cartão grátis, saques e depósitos ilimitados, mimos são ofertados em forma de descontos em aplicativos de game, alimentação, educação, entretenimento, entre outros, serviços de investimentos, banco 24h em toda rede Bradesco.

Fonte: elaborado pelos autores.

### 1.3 O SURGIMENTO DAS *FINTECHS* NO BRASIL

Nos últimos anos, iniciou-se uma revolução global nos mercados financeiros com o surgimento das *fintechs*. Com o constante avanço tecnológico vivenciado na era atual, fez-se necessário adequar o mercado financeiro as expectativas e as necessidades dos consumidores, precipuamente no que diz respeito à magnitude e facilidade de acesso a comunicação. Sendo assim, de início faz-se necessário uma breve contextualização da origem e das principais características relativas às *fintechs*.

De acordo com Diniz, em 1990 com a criação do Paypal na Califórnia foi que se desencadeou o começo do movimento *fintech*. Ou seja, a PayPal revolucionou o mercado financeiro através da ideia de criação de um site de pagamentos (aplicativo), no qual era possível realizar transferências e pagamentos de forma on-line, onde não se fazia necessária a intervenção de instituições bancárias.

Em uma pesquisa realizada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento e a Finnovista, as *fintechs* começaram a ganhar força no mercado financeiro no ano de 2014, sendo que no Brasil, houve maior desenvolvimento das *fintechs* entre os anos de 2014 e 2016. Porém, foi no ano de 2018 que eclodiu o crescimento das *fintechs*, uma vez que foram fundadas no Brasil mais de 150 modelos de *startups* financeiras.

Desse modo, o termo *fintechs* é compreendido como sendo a união das palavras finanças e tecnologia. Segundo o Fórum Econômico Mundial “[...] *fintech* é a abreviação de *financial technology* e refere-se ao uso inovador de tecnologia na criação e entrega de produtos e serviços financeiros.” (DINIZ, 2019, p. 23).

Basicamente, uma *fintech* pode ser conceituada como sendo empresas voltadas ao ramo tecnológico – as *startups* financeiras, que tem como propósito oferecer soluções para os clientes por meio de serviços de forma digital. De igual forma, Carrete conceitua as *fintechs* como sendo:

[...] empresas que usam tecnologia de forma intensiva para oferecer produtos inovadores na área de serviços financeiros, sempre focando na experiência e na necessidade do usuário. Essas entidades desenvolvem formas tecnológicas inovadoras para a prestação de serviços financeiros, algumas atuando de forma predominantemente digital no relacionamento com os clientes ou no oferecimento de produtos e serviços financeiros. (CARRETE, 2014).

Em suma, as *fintechs* apresentam a grande transformação digital ao Sistema Financeiro Nacional, haja vista que as mesmas se utilizam do uso da tecnologia para oferecer os mesmos serviços financeiros dos bancos tradicionais de forma digital, atuando e viabilizando seus serviços através plataformas *on-line*, oferecendo também, serviços digitais inovadores ao setor financeiro.

De igual forma Thomas e Morse compreendem que o emprego ao termo *fintechs* faz referência a empresas que empregam o uso de tecnologias modernas, as quais se utilizam de mecanismos inovadores frente ao setor de serviços ligados a finança, objetivando vender serviços financeiros e soluções similares oferecidas aos clientes de bancos tradicionais. Dessa forma, em razão do modelo inovador atribuído as

*fintechs*, as mesmas apresentam uma concorrência de forma direta com os bancos tradicionais (THOMAS; MORSE, 2017).

Porém, ao realizar um breve comparativo com os bancos tradicionais, o Banco Central do Brasil atribui vantagens das *fintechs*, quais sejam os principais:

- Aumento da eficiência e concorrência no mercado de crédito;
- Rapidez e celeridade nas transações;
- Diminuição da burocracia no acesso ao crédito;
- Criação de condições para redução do custo do crédito;
- Inovação,
- Acesso ao Sistema Financeiro. (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

Existem diversas categorias ou subsegmentos de *fintechs* introduzidas no Sistema Financeiro Nacional, as quais atuam em nichos financeiros específicos, quais sejam: de créditos, de pagamentos, gestão e eficiência financeira, empréstimos, investimentos, financiamentos, seguros, negociação de dívidas, câmbios *blockchain* e *bitcoin*, e multisserviços (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022). Desta forma, partindo do entendimento que as *fintechs* apresentam nichos financeiros específicos. Apresentar-se-á, brevemente, a conceituação dos mais importantes nichos acima elencados.

Quanto ao nicho relativo aos pagamentos, existem inúmeras *fintechs* voltadas a esses ramos, as quais apresentam como objetivo principal a simplificação de processos pagamentos e compras. Diniz, compreende as *fintechs* de pagamento da seguinte maneira:

A partir da introdução dos primeiros cartões de crédito no começo da década de 1950, tivemos uma alteração na forma como realizamos compras no ponto de venda. Já com o surgimento da internet, veio o desafio da troca de valores segura entre pessoas dentro de um ambiente totalmente digital, momento no qual vimos o nascimento das primeiras *fintechs* de pagamento no mundo. A partir daí, houve uma evolução natural para os pagamentos móveis, viabilizados pelo celular [...]. (DINIZ, 2019, p. 39).

Sendo assim, a título de exemplificativo, algumas *fintechs* oferecem soluções de pagamento com máquinas de cartão sem pagamento de aluguel e/ou taxas, geração de links para pagamento *on-lines* e também, cartões de crédito sem anuidade.

Já as *fintechs* relacionadas com a gestão e controle financeiro são caracterizadas por serem plataformas que abrangem serviços de maneira simplificadas, incluindo, como por exemplo, o controle frente as despesas diárias,

mensais e anuais, bem como a gestão de orçamento pessoal, além de uma maior conscientização e eficiência frente ao uso do cartão de crédito. Na maioria das vezes, essa gestão financeira é realizada por um *Personal Financial Management*, o qual objetiva oferecer aos usuários, tanto de pessoas quanto de empresas, um maior monitoramento na forma com qual são utilizados os créditos, visando prover orientações personalizadas de planejamento financeiro.

Existem também as *fintechs* voltadas ao ramo dos investimentos as quais “[...] compõem um amplo subsegmento que utiliza tecnologia na criação de soluções digitais, transformando a maneira como investimos e o funcionamento da indústria de gestão de recursos. [...]” (DINIZ, 2019, p. 50). Dessa forma, as *fintechs* de investimentos surgiram para elucidar as pessoas que existem diversas formas para aplicação do dinheiro, sendo este de forma segura, com maior facilidade e maiores rentabilidades.

Isso porque, as *fintechs* de investimentos têm como praxe adotar mecanismos focados em algoritmos e na inteligência artificial, ou seja, se utilizam da tecnologia para analisar e propor investimentos diferentes daqueles oferecidos pelos bancos tradicionais, bem como interferem na tomada de decisão dos investidores, uma vez que os permite analisar as melhores decisões e controles sobre suas aplicações.

Ainda, existem as *fintechs* voltadas para créditos pessoais e empréstimos, os quais tem como público alvo, aqueles que necessitam de dinheiro, ou seja, são aquelas que oferecem empréstimos de maneira *on-line*, garantindo maior rapidez para finalização do processo, uma vez que realizado a partir dos dados de quem necessita, aprovando o crédito solicitado, onde o valor entra diretamente em uma conta bancária.

Por fim, ressalta-se que as expectativas a respeito do mercado tecnológico e financeiro das *fintechs* é promissora e positiva, pois através de sua tecnologia inovadora espera-se atender, de forma mais eficiente e menos custosa, as necessidades dos consumidores e as diversidades de operações financeiras existentes, acompanhando assim, a crescente era do mundo digital.

#### 1.4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A TENDÊNCIA DIGITAL

O comportamento do consumidor está em constante mudança, sendo um processo contínuo, influenciado por diversos fatores. De acordo com Lima, Reis e Trevisan, o comportamento consumerista perpassou por diversas fases históricas.

Num primeiro momento, cumpre destacar, brevemente, as principais fases que contribuíram, de forma evolutiva, para tal comportamento. Na ilustração 4 apresentam-se todas as fases (LIMA; REIS; TREVISAN, 2020).

Ilustração 4: Fases do comportamento do consumidor

FASE	CONCEITUAÇÃO
<b>Fase 1</b>	Ocorreu entre os anos de 1850 e 1950, sendo definida pelo poder do fabricante em relação ao consumidor. Caracterizada pela inexistência ou pela baixa concorrência, onde a precificação do produto era definida por parâmetros estabelecidos pelo próprio fornecedor ou então de acordo com o que ele bem entendesse que fosse necessário cobrar.
<b>Fase 2</b>	Aconteceu entre os anos de 1950 a 2000. Nesse período, as estratégias de mercado sofreram uma significativa transformação, ao passo que o mercado passou a ser dirigido pelo <i>marketing</i> . Nesse período, com o intuito de criar demandas direcionadas a seus serviços e a seus produtos, as empresas passaram a apostar e a investir fortemente no <i>marketing</i> , contudo satisfazendo as demandas e necessidades dos consumidores.
<b>Fase 3</b>	Adveio entre os anos de 2000 a 2010, tendo como principais mudanças: demanda e necessidade aliadas as experiências com o consumo dos produtos. Foi nesse período que se passou a ter maior acessibilidade quanto à quantidade e diversidade e produtos, bem como a uma maior variedade de marcas e serviços. Contudo os consumidores passaram a deter um maior poder, acrescido da tecnologia da informação e da comunicação, tonando-se assim, mais críticos e passando a exigir das marcas, questões relacionadas a raça, classe, gênero e sustentabilidade.

Fonte: (LIMA; REIS; TREVISAN, 2020).

Estudar conceitos e teorias sobre o comportamento do consumidor tem funcionalidade dupla: [...] “além de adquirirmos o conhecimento que nos dará a qualificação profissional, poderemos compreender em profundidade o mundo em que vivemos e como conduzimos nossa vida” (LIMEIRA, 2017, p. 18). Diante disso entender o comportamento do consumidor pode ser um requisito básico para ser bem sucedido, tanto em vida física como empresarial.

Analisar e estudar o comportamento do consumidor é de suma importância para os profissionais de marketing, pois esses profissionais são responsáveis por introduzir as novas tecnologias as marcas de produtos. Para isso o marketing deve ser direcionado a diferentes tipos de consumidores para ter maior abrangência e alcance do público consumidor.

De acordo com Kotler nos próximos anos haverá uma reorganização do modelo de compra das pessoas, as empresas não ocuparão mais espaços físicos, toda e qualquer “[...] empresa não precisa ocupar muito espaço; ela pode ser virtual e existir em qualquer lugar. As mensagens podem ser enviadas e recebidas de forma simultânea” (KOTLER, 2021, p. 221). O objetivo utilizar toda e qualquer ferramenta para tornar possível a interação entre empresa e cliente mais próxima possível.

Atualmente se a empresa não está presente no mundo atual, ela simplesmente não existe, pois nesse mundo digital têm mais de 100 milhões de pessoas com conexão à internet e mais de 1,5 milhão de nomes de domínio registrados na internet. Esses dados apresentados remetem uma realidade que deve ser levada em conta nas decisões de marketing da empresa, no quesito de aumento de vendas (KOTLER, 2021).

Assim, pode-se enfatizar que o comportamento do consumidor vem alterando conforme as fases e evolução das tecnologias, diante disso, é de suma importância que as empresas invistam em marketing digital, visto que o atual consumidor está mais exigente e conectado, dessa forma exigindo e buscando que a empresa esteja mais presente e que a sua operação seja transparente possível.

Dessa forma, a partir das novas tecnologias e das novas tendências apresentadas no trabalho, destaca-se a importância de um crescimento/melhoramento das operações digitais para as instituições bancárias como um todo, tanto digital e tradicional. Essa será a principal vantagem competitiva que um banco terá em relação ao outro, e definirá se terá crescimento ou perda de faturamento no curto e longo prazo.

## **2 METODOLOGIA**

Nesta seção, apresentam-se a descrição formal dos métodos utilizados e as técnicas de investigação a serem utilizadas para a realização da pesquisa, tais como: a categorização da pesquisa, o plano de produção de dados, e o plano de análise e de interpretação dos dados.

### **2.1 CATEGORIZAÇÃO DA PESQUISA**

A pesquisa do presente artigo caracteriza-se como aplicada de categoria teórico-empírica, uma vez que objetivo geral do projeto é verificar o nível de aceitação dos acadêmicos da FEMA referente à utilização de instituições financeiras tradicionais e digitais. Deste modo, privilegiará o construto literário relativo ao tema presente em pesquisas bibliográficas e estudo de caso.

Em termos metodológicos adotar-se-á o tratamento de dados de forma quantitativa através de um questionário composto por 13 questões aplicadas para uma amostra de 37 acadêmicos de um total de 759 matriculados.

No que se refere aos objetivos propostos a pesquisa será descritiva, com o objetivo de estudar acerca dos principais bancos tradicionais e bancos digitais e seus principais serviços ofertados. Quanto aos procedimentos técnicos, utilizou-se pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

## 2.2 GERAÇÃO DE DADOS

A geração de dados ocorreu de forma direta, através de uma amostra calculada de um total de 759 acadêmicos, com nível de confiança de 95%, nível de precisão de 7% (normalmente usa-se de 3% a 10%), e a quantidade de acerto esperado é de 95%. Com isso serão 37 questionários, distribuídos nos cursos superiores, proporcionalmente, 5 questionários aplicados para o curso de Ciências Contábeis, 5 questionários aplicados para o curso de Administração, 17 questionários aplicados para o curso de Direito e 10 questionários aplicados para o curso de Enfermagem, sendo que a aplicação desses questionários dar-se-á de forma presencial no 2º semestre de 2022, para posterior organização e quantificação dos dados.

Desse modo, a documentação direta “[...] constitui-se, em geral, de levantamento de dados no próprio local onde os fenômenos ocorrem.” (LAKATOS; MARCONI, 2022, p. 93). Sendo assim, adotar-se-á, a documentação direta extensiva (questionários, medidas de opinião, técnicas mercadológicas) por meio de um estudo de caso.

## 2.3 INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Para a análise e a interpretação dos dados, o método de análise principal a ser utilizado, com o intuito de pesquisar o fenômeno social proposto, é o dedutivo, que

tem o intuito de explicar as premissas. Segundo Lakatos e Marconi, este tipo de método parte “[...] das teorias e leis, na maioria das vezes prediz a ocorrência dos fenômenos particulares (conexão descendente)”. (LAKATOS; MARCONI, 2022, p. 103).

O método de abordagem dedutivo será utilizado, com o fim de fazer uma construção de estimativas analisando as informações a partir do raciocínio lógico. Através da dedução, obter a conclusão. Considera-se que as conclusões serão verdadeiras, partindo da ideia de que as premissas também sejam verdadeiras, respeitando o raciocínio coerente de pensamento.

Os resultados obtidos foram organizados em gráficos para melhor compreensão e visualização.

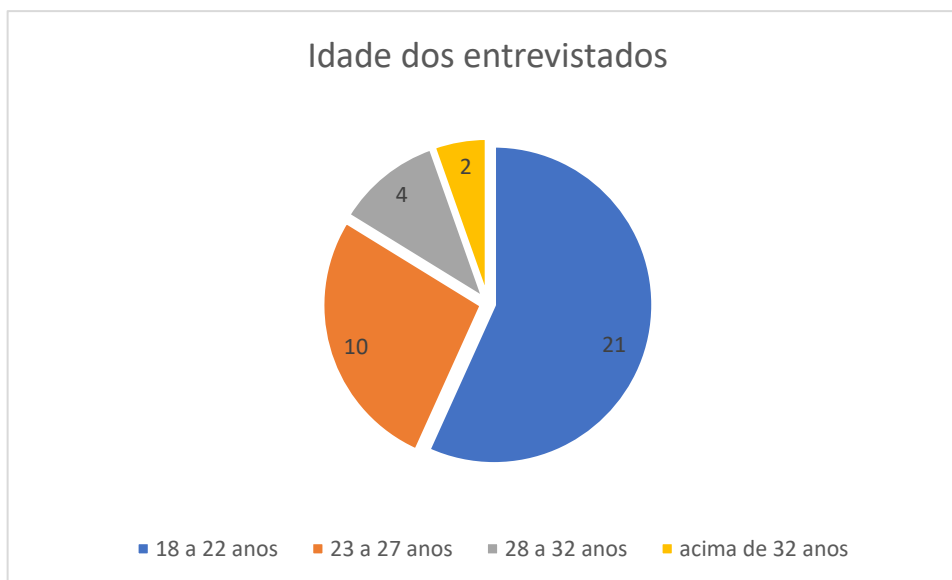
### **3 MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS**

A pesquisa bibliográfica e de campo utilizada para a realização desse trabalho tem por objetivo fazer o levantamento e demonstrar o impacto no setor bancário causado pela transformação digital dos serviços, envolvendo acadêmicos da FEMA.

Para a aplicação do questionário foi utilizada uma amostra do total de alunos matriculados com um nível de precisão de 7%, e foi aplicado de maneira presencial aos alunos das Faculdades Integradas Machado de Assis que tem 759 matriculados nos cursos de graduação no segundo semestre de 2022. Em determinadas perguntas o total de marcações foram maiores que a quantidade de entrevistados, pelo fato, de o entrevistado ter mais que uma resposta para a pergunta.

A primeira pergunta do questionário está relacionada a faixa etária dos entrevistados, nota-se que aproximadamente 95% dos entrevistados possui entre 18 e 32 anos.

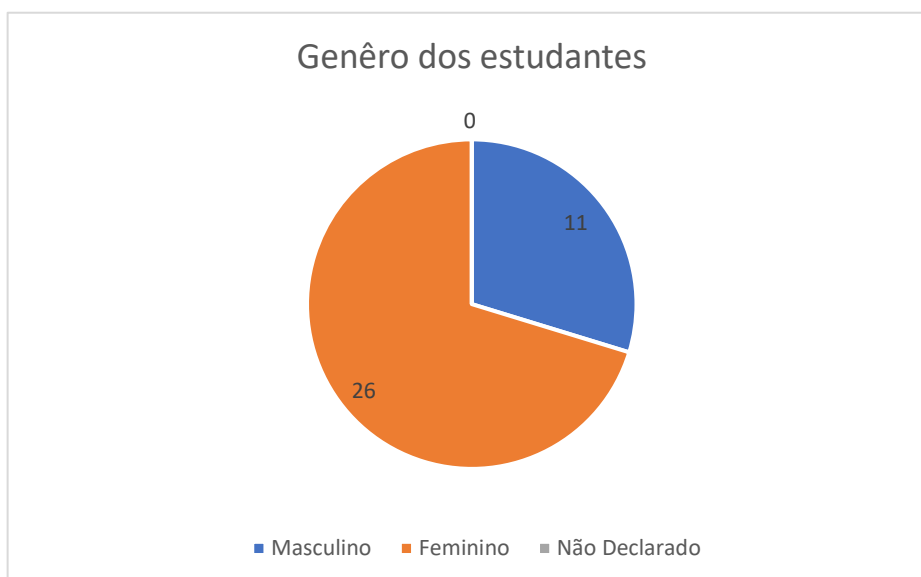
Gráfico 1: Faixa Etária dos entrevistados



Fonte: elaborado pelos autores.

Dando sequência perguntamos o gênero dos entrevistados e pode se observar que do total de 37 entrevistados 70% são do gênero feminino, o que mostra uma prevalência de estudantes do gênero feminino da Instituição de Ensino Superior.

Gráfico 2: Gênero dos entrevistados



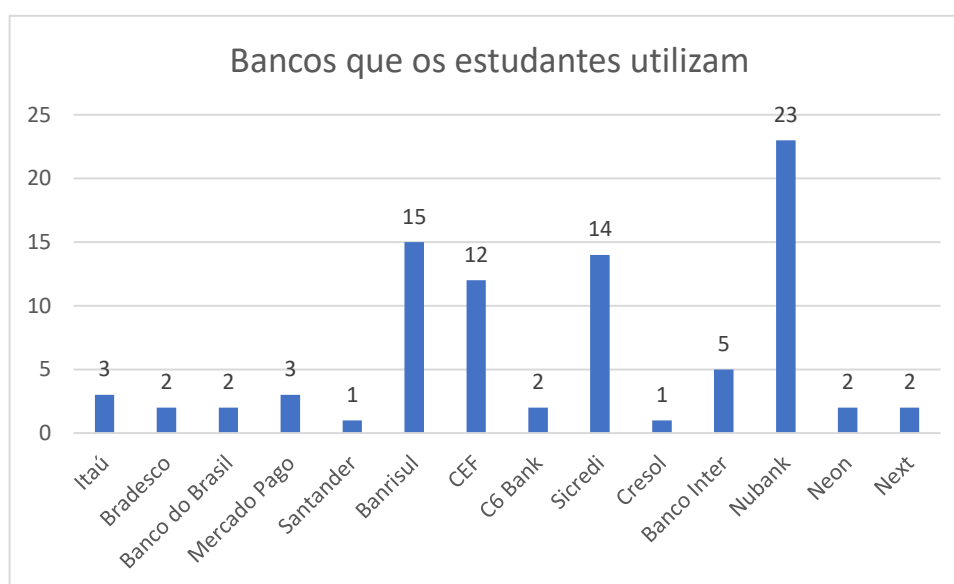
Fonte: elaborado pelos autores.

Na pergunta seguinte, gráfico 3, evidenciou-se saber quais instituições bancárias os entrevistados possuem contas. Pode-se perceber que as instituições bancárias tradicionais mais utilizadas pelos entrevistados foram Banrisul e Sicredi, já

o banco digital que temos como destaque foi o Nubank. Destaque para a quantidade de contas enumeradas pelos entrevistados, que foram um total de 87 distribuídas entre 14 instituições bancárias. Como o total de entrevistados foram 37, a quantidade de contas supera o total de entrevistados, contudo teve entrevistados com contas em uma ou mais instituições bancárias.

Isso vai de encontro com o que é citado por Oliveira (2021) referente ao Nubank que “entre os bancos digitais, é o que possui o maior número de clientes”.

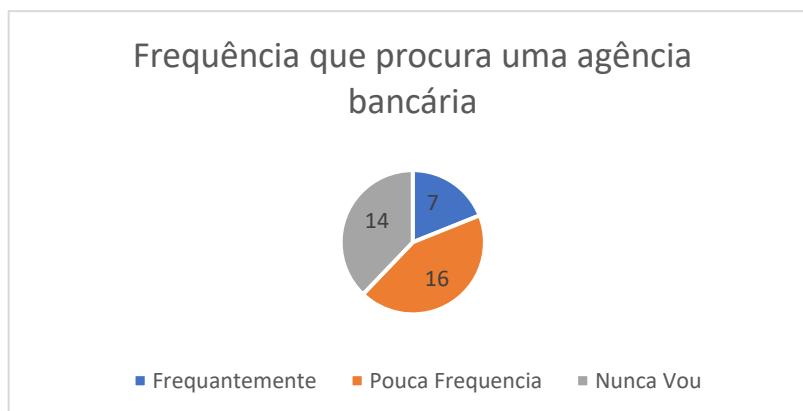
Gráfico 3: Principais bancos dos entrevistados



Fonte: elaborado pelos autores.

Para fazer uma análise mais profunda sobre o relacionamento dos clientes com os seus respectivos bancos perguntamos com qual frequência vai até uma agência bancária e pode-se notar que mais de 80% vai com pouca frequência ou nunca vai, como podemos visualizar no gráfico 4.

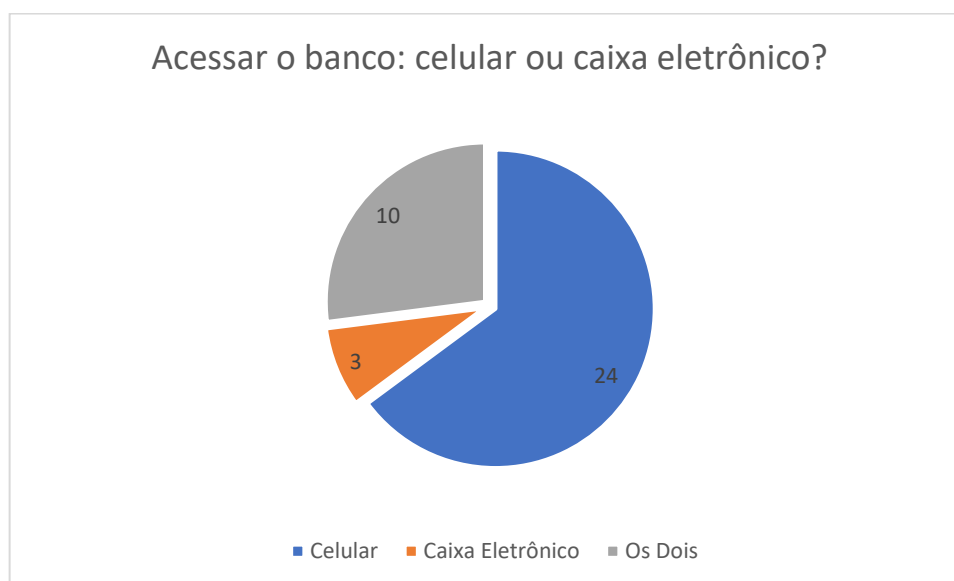
Gráfico 4: Frequência de utilização de agência bancária



Fonte: elaborado pelos autores.

Nos resultados observados no gráfico 5, dando continuidade na análise de relacionamento dos entrevistados com os seus respectivos bancos perguntamos se utiliza mais o celular para acessar o banco ou se vai mais a algum caixa eletrônico e a resposta foi que 92% dos entrevistados utiliza o celular para acessar o seu banco, e 65% utilizam apenas o celular para acessar o banco. Conforme Kotler (2021) a internet mudou o comportamento do consumidor, sendo uma ferramenta valiosa para o consumidor que está sempre ocupado e utiliza a tecnologia como ferramenta no seu cotidiano.

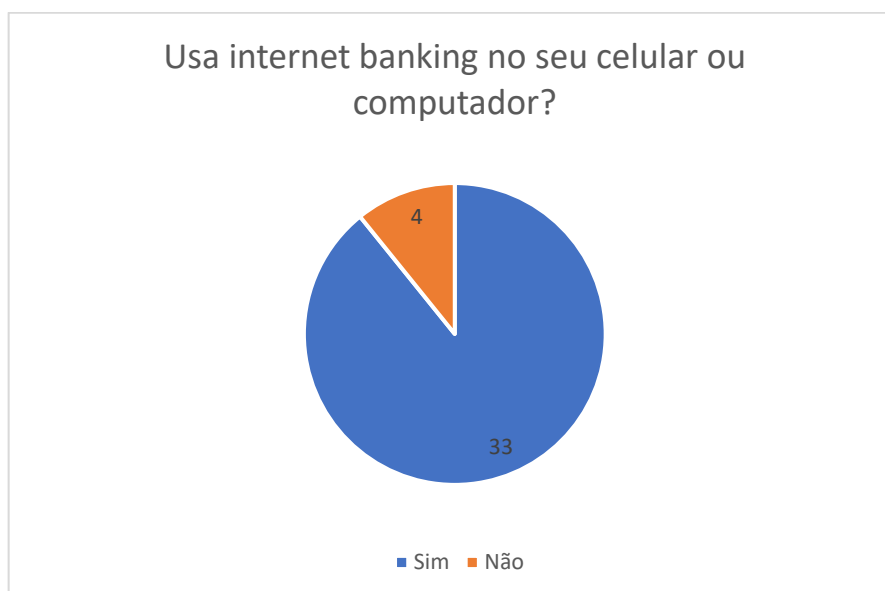
Gráfico 5: Preferência entre celular ou caixa eletrônico



Fonte: elaborado pelos autores.

Enfatizando a pergunta anterior perguntamos se utiliza *Internet Banking*, e mais de 89% responderam que usam *Internet Banking* no seu celular ou computador.

Gráfico 6: Utilização do *Internet Banking*.

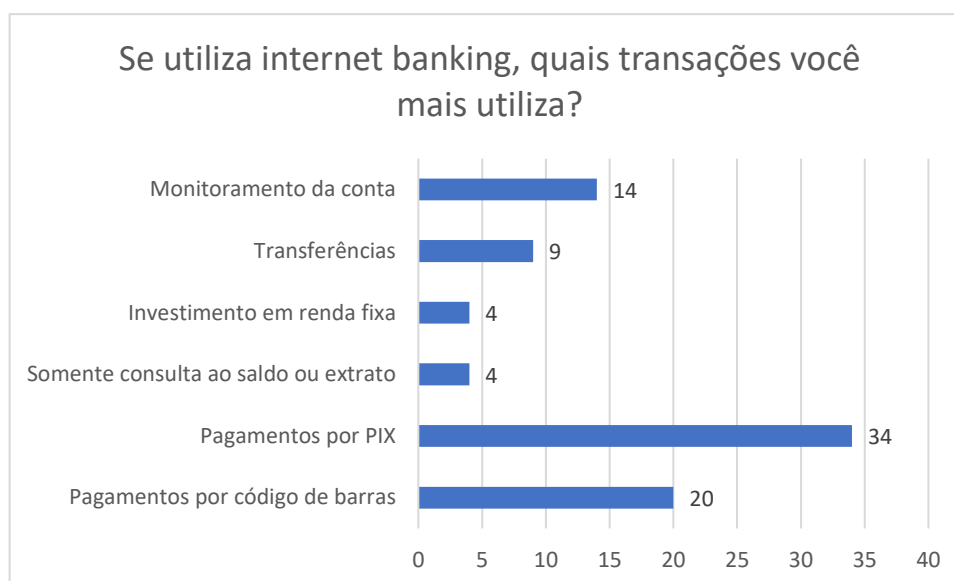


Fonte: elaborado pelos autores.

No gráfico 7 estão listados alguns dos serviços disponibilizados pelos bancos e de acordo com a pesquisa realizada o principal serviço utilizado pelos entrevistados, com 92% foi o pagamento por PIX. Novamente nessa pergunta teve um total de respostas superior a quantidade de entrevistados, isso porque teve entrevistados que utilizam mais que um dos serviços disponibilizados.

Segundo o BCB, no ano de 2018 a “quantidade de transações feitas por meio de *smartphones* chegou a 29 bilhões no ano passado. A modalidade é a preferida entre os usuários do Sistema Financeiro Nacional (SFN) e foi a que apresentou maior crescimento em relação a 2017: 18,5%. O uso de *internet banking* vem em segundo lugar, com 21,9 bilhões de transações e crescimento de 6,3% em relação a 2017. Somadas, as transações por *smartphones* e *internet banking* representam quase 70% do total” (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

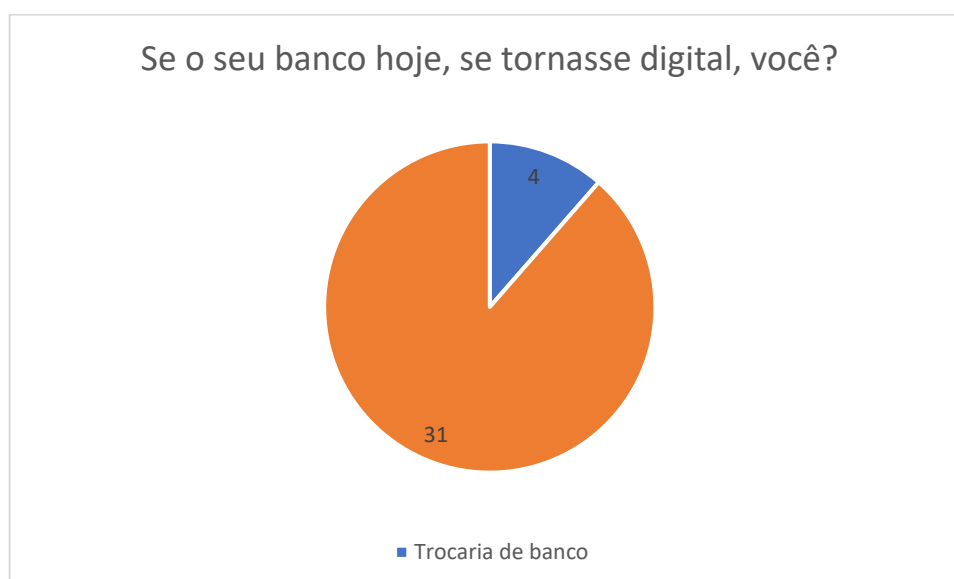
Gráfico 7: Principais transações



Fonte: elaborado pelos autores.

Nos resultados observados no gráfico 8, a pergunta foi direcionada apenas a entrevistados que possuem contas em bancos tradicionais. A pergunta era a seguinte: você continuaria com o banco escolhido se ele se tornasse digital, dos 37 entrevistados, 31 responderam que continuaria com a agência física e apenas 4 trocariam de banco. Na soma dos resultados notou-se que tinha dois questionários em branco. Conclui-se que dois entrevistados não possuíam conta em banco tradicional, apenas banco digital.

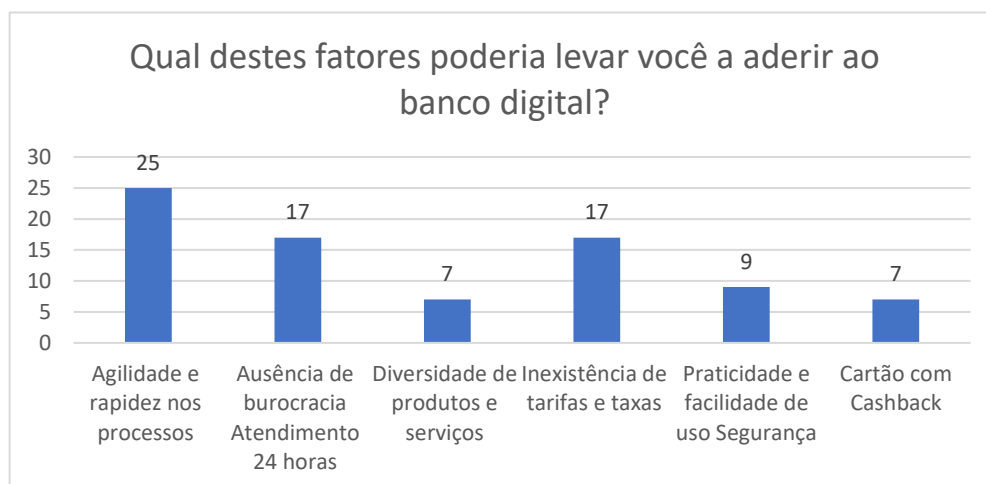
Gráfico 8: Banco tradicional x Banco digital



Fonte: elaborado pelos autores.

Nos resultados observados no gráfico 9, observa-se os principais motivos da utilização de bancos digitais, e como fator mais importante e o mais elencado pelos entrevistados temos a agilidade e a rapidez nos processos, na sequência destaca-se também a ausência de burocracia e atendimento 24 horas e inexistência de tarifas e taxas. Novamente nessa pergunta teve entrevistados que marcaram mais que uma alternativa, ocasionando em um número maior de marcações do que de entrevistados. Assim, o relacionamento digital é progressivo, com a tendência de ser o meio dominante na realização de operações financeiras (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

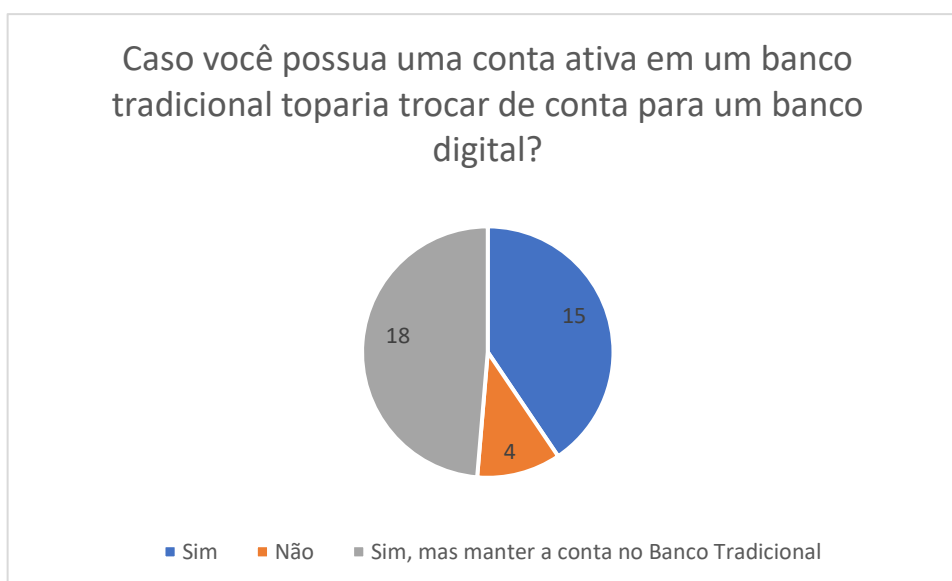
Gráfico 9: Motivos que levaria a utilização de algum banco digital



Fonte: elaborado pelos autores.

Nos resultados observados no gráfico 10, a pergunta teve como objetivo destacar as preferências entre bancos tradicionais e bancos digitais entre os acadêmicos, se topariam trocar do serviço tradicional para o serviço digital. O destaque vai para a alternativa que 50% dos entrevistados marcaram que toparia trocar do serviço tradicional para o digital, mas permanecer com a conta no banco tradicional.

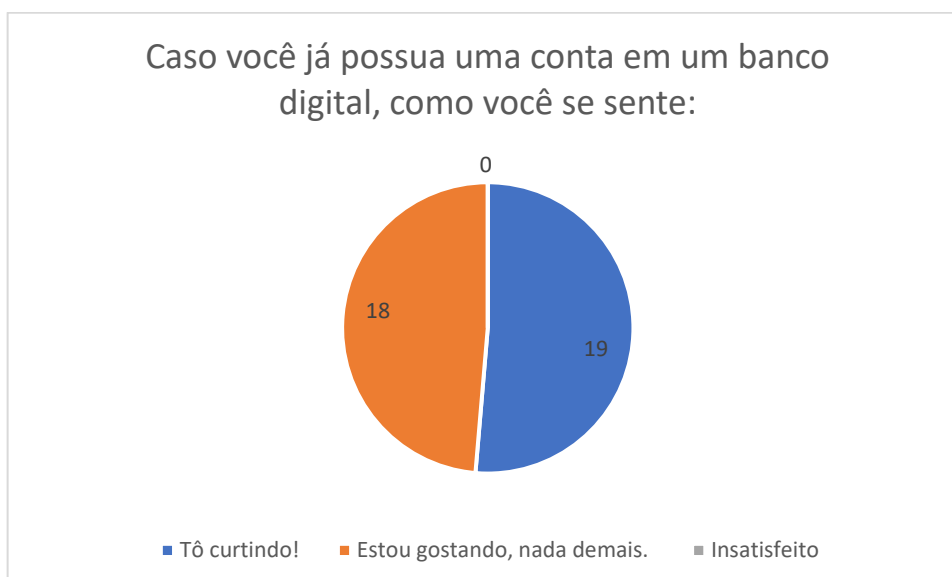
Gráfico 10: Preferências entre bancos digitais e tradicionais



Fonte: elaborado pelos autores.

Nos resultados observados no gráfico 11, entrevistados demonstraram a satisfação por estar utilizando o serviço dos bancos digitais, onde todos eles mostraram-se satisfeitos com os serviços disponíveis.

Gráfico 11: Satisfação da utilização de bancos digitais



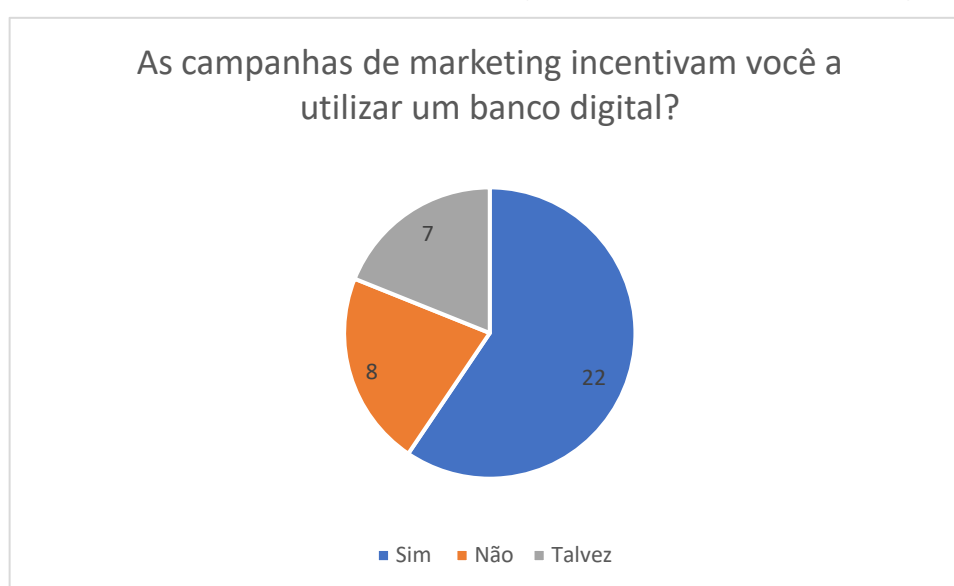
Fonte: elaborado pelos autores.

Observa-se que a quantidade de estudantes que utilizam conta em bancos digitais é bastante representativa. Isso mostra como o uso do banco digital é uma tendência e que comportamento desses consumidores está associado com a

tecnologia. Limeira (2017) declara que a revolução digital é uma das influências mais significativas sobre o comportamento do consumidor e que o impacto da internet continuará aumentando à proporção que mais e mais pessoas se conectarem.

Nos resultados observados no gráfico 12, a pergunta foi direcionada as campanhas de *Marketing* promovidas pelos bancos digitais quanto a sua utilização, e 60% dos entrevistados responderam que as campanhas de *Marketing* influenciam para a utilização desse serviço.

Gráfico 12: Campanhas de *Marketing* direcionadas a bancos digitais



Fonte: elaborado pelos autores.

Diante dos resultados apresentados faz-se uma análise e projeta algumas melhorias sobre as novas tendências em relação a serviços bancários oferecidos aos estudantes da FEMA. Como exposto nos gráficos acima, a sugestão é que a Instituição de Ensino Superior invista em tecnologias ligadas a serviços como leituras por QRCode, pagamentos via PIX, parcerias com bancos digitais, entre outros serviços oriundos das novas tecnologias e que possuem menos burocracia possível.

## CONCLUSÃO

A tecnologia está constantemente transformando o mercado financeiro e é de suma importância entender o funcionamento do Mercado Financeiro Nacional para se tornar um país e uma economia desenvolvida. Nesse sentido, cabe destacar os

bancos tradicionais e bancos digitais, que foram alvo de maior ênfase no trabalho e na pesquisa realizada.

Os bancos digitais e as *fintech* estão cada vez mais presentes em nosso dia a dia, e o presente trabalho foi realizado com a finalidade de demonstrar os movimentos e as novas tendências de mercado das instituições bancárias. Cabe destacar a importância do Banco Central do Brasil (BCB) em criar e regularizar as novas ferramentas que incentivam e movem tanto consumidores, como instituições bancárias, a buscar novas facilidades digitais.

O estudo se delimitou em demonstrar como a transformação digital acarretou mudanças, com os acadêmicos da Fundação Educacional Machado de Assis (FEMA), dos cursos superiores, num contexto de instituições bancárias na cidade de Santa Rosa/RS e região, no segundo semestre de 2022. Nesse sentido, referente à pergunta de pesquisa, sobre a aceitação do mercado financeiro digital junto aos acadêmicos da FEMA, foi possível, através da análise dos gráficos, concluir que está ocorrendo uma transformação digital, que os acadêmicos utilizam a tecnologia como ferramenta no seu cotidiano e estão cada vez mais consumindo os serviços dos bancos digitais.

O objetivo geral deste estudo foi verificar o nível de aceitação dos acadêmicos, referente a utilização de instituições financeiras tradicionais em comparação com as digitais, foi possível perceber através da pesquisa quantitativa que os acadêmicos estão aderindo aos bancos digitais, mas que também continuam usando os serviços dos bancos tradicionais.

Referente ao atendimento dos objetivos específicos, foi possível estudar acerca das principais instituições financeiras digitais e tradicionais/físicas do mercado financeiro brasileiro, onde através de uma tabela apresentou-se as principais vantagens e desvantagens das instituições financeiras (físicas e digitais). Por fim, através da pesquisa, entre os acadêmicos, foi possível se evidenciar várias características de uma transformação digital, com o uso de serviços e bancos digitais.

Diante dos resultados apresentados fez-se uma análise e sugere-se que a Instituição de Ensino Superior invista em tecnologias ligadas a serviços como leituras por *QRCode*, pagamentos via PIX, parcerias com bancos digitais, entre outros serviços oriundos das novas tecnologias.

Portanto, o assunto escolhido foi de extrema relevância para os autores, pois foi possível através desse estudo de caso, sobre bancos tradicionais e bancos digitais, entender que a transformação digital está influenciando na vida dos acadêmicos,

sendo que, os resultados do estudo ficarão disponíveis para a academia e acadêmicos, com a finalidade de fomentar cada vez mais a pesquisa científica, podendo ser a base para outros artigos similares.

## REFERÊNCIAS

ANDREZO, Andrea Fernandes e LIMA, Iran Siqueira. **Mercado financeiro: aspectos históricos e conceituais**. São Paulo: Pioneira. Acesso em: 11 nov. 2022. 338 p.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**. 12<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas, 2014. 400 p.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**. 15<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas, 2021. 382 p.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Estudo Especial nº 89/2022**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE089Fintechsdecreditoebancosdigitais.pdf>>. acessado em 04 de jun. 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O que é banco (instituição financeira)**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/bancoscaixaseconomicas>>. acessado em 04 de jun. 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **PROER - Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/htms/proer.asp?frame=1>>. acessado em 04 de jun. 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Uso de smartphones já supera internet banking nas transações por meio eletrônico**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/374/noticia>>. acessado em 11 de nov. 2022.

CARRETE, Liliam Sanchez. **Mercado Financiero Brasileiro**. 1<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 248 p.

CARRETE, Liliam Sanchez. **Mercado Financiero Brasileiro**. 1<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 248 p.

DINIZ, Bruno. **O fenômeno fintech: tudo sobre o movimento que está transformando o mercado financeiro no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. 256 p.

KOTLER, Felipe. **Marketing Para O Século XXI**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. 245 p.

LIMA, Aline P. Lins D.; REIS, Luciana B.; TREVISAN, Nanci M.; et al. **Comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Sagah, 2019. 255 p

LIMEIRA, Tânia Maria V. **Comportamento do Consumidor Brasileiro**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017. 464 p.

MAKAD, Sam. **What Is Digital Banking**: Definitions, Benefits, and the Future. Disponível em: <<https://www.techfunnel.com/fintech/digital-banking>>. Acessado em: 11 nov. 2022.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2022. 361 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 9ª. ed. São Paulo: Atlas, 2022. 354 p.

OLIVEIRA, Giovanna. **Nubank anuncia que chegou a 20 milhões de clientes**. Disponível em: <<https://www.sun0.com.br/noticias/nubank-chegou-20-milhoes-clientes>>. acessado em 11 de nov. 2022.

PESENTE, Ronaldo **Mercados Financeiros**. Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação à Distância, 2019. 119 p.

PINHEIRO, Juliano L. **Mercado de Capitais**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2019. 597 p.

THOMAS, Michelle L.; MORSE, Joel N. **Fintech – Origins and Prognosis**. Disponível em <[https://www.researchgate.net/publication/318792964\\_FinTechOrigins\\_and\\_Prognosis](https://www.researchgate.net/publication/318792964_FinTechOrigins_and_Prognosis)>. Acessado em 11 de out. de 2022.