



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Igor Fellype Loureiro Valença Filgueiras

Avanços da Tecnologia da Informação Sobre a Concorrência
no Setor Bancário de 2014 a 2018

Recife-PE, 03 de dezembro de 2019

Igor Felype Loureiro Valença Filgueiras

**Avanços da tecnologia da informação sobre a concorrência no setor
bancário de 2014 a 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado aluno **Igor Felype Loureiro Valença Filgueiras** ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE, como pré-requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas sob a orientação do professor **Dr. Guerino Edécio da Silva Filho**.

RECIFE – PE

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F512a FILGUEIRAS, IGOR FELLYPE LOUREIRO VALENÇA

Avanços da tecnologia da informação sobre a concorrência no setor bancário de 2014 a 2018 / IGOR LOUREIRO VALENÇA FILGUEIRAS. - 2019.

45 f.

Orientador: Guerino Edécio da Silva Filho.

Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Ciências Econômicas, Recife, 2019.

1. Tecnologia da informação. 2. Fintechs. 3. Bancos Digitais. I. Filho, Guerino Edécio da Silva, orient. II. Título

CDD 330

Monografia apresentada como requisito necessário para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas. Qualquer citação atenderá as normas da ética científica.

**impactos dos avanços da tecnologia da informação sobre a concorrência no setor
bancário**

Igor Felype Loureiro Valença Filgueiras

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado com nota_____apresentado em____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Orientador. Prof. Dr. Guerino Edécio da Silva Filho

1º Examinador. Profa. Dra. Sônia Maria Fonseca Pereira Oliveira Gomes

2º Examinador. Prof. Dr. Álvaro Furtado Coelho Junior

Agradecimento

Agradeço aos meus pais, Sandra e Carlos, pelo cuidado, orientação e bondade que me guiaram ao longo da vida. Nada existiria sem vocês.

Aos meus irmãos, Junior Bundovisk e Daniel Careca, por estarem comigo nos momentos bons e ruins, orgulho-me por tudo o que passamos, não desejaria ninguém mais neste mundo para serem os meus *brothers* além de vocês, muito obrigado.

Aos meus amigos Eloi, Marcílio, Samuel, Bruno, Victinho, Rafael, Pedro, Ivanildo, Núbia, Anderson, Samuel e Bruno por terem sido meu suporte por tanto tempo, mesmo sem perceber. Vocês são demais. Aos professores que não se limitaram a somente ensinar, em especial aos docentes Guerino, Sônia, Maia, Álvaro, Poema e Fabiana. O impacto que tiveram na minha vida foi ilimitado.

Ao pessoal do diploma, Dona Belinda, Paulo, Luiz, Inaldo, Felipe, Leni e Divânia. Não desejaria uma equipe melhor do que essa, a UPE tem os melhores dos melhores. Meus profundos agradecimentos.

Aos incontáveis familiares e amigos que me ajudaram ao longo dessa caminhada. Em especial para minha prima Camila, minhas tias Sula e Célia e a minha avó Marilda. Sinto-me privilegiado por tê-los conhecido, esse trabalho não seria possível sem o auxílio que recebi.

A Liz, com certeza minha maior surpresa e orgulho. Sempre vou acreditar em você, filha. Por isso, não desista dos seus sonhos, eles estão logo aí.

A minha esposa, Déb. Obrigado por estar ao meu lado nessa caminhada e conseguir me fazer feliz. Eu realmente amo você, querida.

A Deus pela vida inundada de privilégios que recebi e principalmente por ter possibilitado que a minha jornada cruzasse com a de todos vocês, obrigado por tudo.

RESUMO

A teoria econômica ensina que a concorrência gera eficiência e tende a estimular a inovação. Mas até que ponto a entrada de novas instituições financeiras embasadas na tecnologia da informação poderia influenciar um setor tão consolidado como o segmento bancário? Este trabalho possui como objetivo observar os avanços da tecnologia da informação sobre a concorrência neste setor. Os dados para elaboração da pesquisa foram retirados da Pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), Banco Central do Brasil e do Banco Mundial. É uma pesquisa de natureza quali-quantitativa, cujo dados contemplaram informações dos principais bancos tradicionais e digitais do país. Dentre os principais resultados da pesquisa destacaram-se as tarifas relativamente menores encontradas nos serviços prestados pelos bancos digitais quando comparadas as dos bancos tradicionais e uma possível mudança de dinâmica nas agências bancárias físicas que podem estar se transformando com a absorção de novas tecnologias pelo setor.

Palavras Chaves: Tecnologia da informação, bancos digitais, *Fintechs*, concorrência.

ABSTRACT

Economic theory teaches that competition generates efficiency and tends to stimulate innovation. But to what extent could the entry of new financial institutions based on information technology influence such a consolidated sector as the banking segment? This paper aims to observe the advances of information technology on competition in this sector. Data for the elaboration of the research were taken from the Brazilian Federation of Banks Research (FEBRABAN), Central Bank of Brazil and the World Bank. It is a qualitative and quantitative research, whose data included information from the main traditional and digital banks in the country. Among the main results of the survey were the relatively lower rates found in digital banking services when compared to those of traditional banks and a possible change in dynamics in physical bank branches that may be changing with the absorption of new technologies by the sector.

Keywords: Information technology, digital banks, Fintechs, competition.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação de agências bancárias no Brasil de 2005 a 2018.	28
Gráfico 2 - Composição das transações bancárias por canal entre 2014 e 2018. (Percentual).....	29
Gráfico 3 - Quantidade de Agências Bancárias x Percentual de Transações Bancárias Feitas pelo <i>Internet Banking</i> e <i>Mobile Banking</i>	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Preço das principais tarifas bancárias dos bancos digitalizados	33
Tabela 2 - Preço das principais tarifas bancárias dos bancos digitais	35
Tabela 3 - Definição das estratégias competitivas dos bancos tradicionais	38
Tabela 4 - Definição das estratégias competitivas dos bancos digitais	40

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BACEN/BCB – Banco Central do Brasil

BB – Banco do Brasil

BBM – Banco do Brasil de Mauá.

BCRJ – Banco comercial do Rio de Janeiro

BM – Banco Mundial

BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social.

CEF – Caixa Econômica Federal

CMN - Conselho Monetário Nacional

DOC – Documento de ordem de crédito

Dr. - Doutor

FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos

FGV – Fundação Getúlio Vargas

IB – Internet Banking

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IGB – Inspetoria Geral dos Bancos.

MEI – Microempreendedor individual

S/A – Sociedade Anônima

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor

SEM – Sociedade de Economia Mista

SFH – Sistema Financeiro de Habitação

SUMOC – Conselho da Superintendência da Moeda e do Crédito

TED – Transferência Eletrônica Disponível

TI – Tecnologia da Informação

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 ANÁLISE NO SETOR BANCÁRIO COM O IMPACTO DA”	
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO SEGMENTO.....	16
2.1 SEGMENTO BANCÁRIO BRASILEIRO	16
2.2 IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) NAS FIRMAS E NOS BANCOS.	18
2.3 OFERTA DE PRODUTOS BANCÁRIOS AFETADOS PELA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.....	23
2.4 ANÁLISE CONCORRENCIAL NOS BANCOS.....	24
3 METODOLOGIA	27
4 RESULTADOS.....	29
4.1 TENDÊNCIAS DO SEGMENTO BANCÁRIO.....	29
4.2 TARIFAS BANCÁRIAS	33
4.3. ESTRATÉGIAS BANCÁRIAS	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS.....	43

INTRODUÇÃO

O desejo humano natural de possuir a potencialidade máxima de recursos, em prol de sua satisfação individual não atendida é o alicerce que envolve o desafio fundamental da teoria econômica: a escassez. Neste contexto, a eficiência parece ser uma aspiração espontânea e acurada das sociedades. Assim, estudar e desenvolver métodos e procedimentos de produção, incentivar a criação de maquinários e aparatos para as necessidades humanas, fomentar a fusão da ciência e engenharia são características que definem tecnologia e, conseqüentemente, os rumos do progresso da humanidade. Desse jeito, existe um segmento desta definição mais contemporânea as reais carências da atualidade definido como tecnologia da informação. De acordo com Valle (1996) tecnologia da informação pode ser entendida como os meios utilizados pela empresa produtiva para alavancar e potencializar o processo de criação e desenvolvimento de capacitação tecnológica.

Conjuntamente ao desenvolvimento digital, existe a estrutura financeira da economia, setor responsável por operações de relevado destaque para o bem comum da sociedade, como por exemplo, o acesso ao crédito, investimentos e relações de câmbio, transações que ocorrem todos os dias, milhares de vezes, sem que as pessoas se deem conta. Entretanto, para que tudo isso seja possível é necessário que firmas atuem dando suporte aos agentes econômicos, funcionando como intermediários financeiros. Na visão de Blanchard (2007), intermediários financeiros são instituições que recebem fundos de pessoas e empresas e usam esses fundos para comprar títulos ou ações ou para fazer empréstimos a outras pessoas e empresas.

As milhares de agências bancárias espalhadas por todo o país fazem parte dessas instituições que auxiliam e facilitam o corpo social a desfrutar de serviços financeiros básicos. Na visão de Burda e Wyplosz (2005), os bancos ainda possuem um papel de destaque nessas relações, já que, se não fosse por eles, o único meio de troca seria o papel moeda. Sendo a função de criação de moedas dos bancos o que os distingue de outros intermediários financeiros, como associações de poupança, corretoras e mercado de capitais. Logo, as únicas agências financeiras que podem legalmente emprestar mais do que captam em empréstimos são as filiais bancárias.

Quando confronta-se o conceito de tecnologia da informação com os serviços prestados pelos bancos, depara-se com uma mutação na forma como essas instituições

prestam suas atividades para as pessoas. As operações financeiras tradicionais exigem cada vez menos o deslocamento físico até uma agência, sendo realizadas gradativamente por aplicativos de *smartphones* (*app's* bancários) ou através da *internet* (*internet banking*), com isso, um número ascendente de instituições financeiras ofertam facilidades na aquisição de cartões de créditos digitais com informações transparentes para os clientes, estes, por sua vez, exigem obter o controle de suas finanças na palma de suas mãos. Dando suporte a tudo isso, há uma pesada estrutura tecnológica que não sofre limitações de tempo e espaço, buscando a melhoria da relação do cliente com os serviços prestados.

Neste novo cenário, as instituições bancárias tradicionais, que, segundo o Banco Central em pesquisa realizada em 2016, dominam mais de 80% do mercado de crédito do país, composta pelos quatro maiores bancos comerciais: Bradesco, Banco do Brasil (BB), Caixa Econômica Federal (CEF) e Itaú, tentam se adaptar a um ambiente com novos concorrentes. Bancos puramente digitais estão surgindo, taxas de juros cada vez mais competitivas e um enxugamento das agências físicas parecem ser tendências para uma nova arquitetura que se desenha em um segmento que historicamente foi caracterizado como oligopólio no Brasil.

Desta maneira, com o advento de novas tecnologias, as muralhas que impediam a entrada de concorrentes tenderam a cair e novos “*players*” surgem amparados em uma alta tecnologia acessível para o usuário comum. Na visão de Reis (2019), com o aumento da participação destas novas instituições, os bancos tradicionais viram suas margens pressionadas e devem se reinventar se quiserem manter suas posições de líderes. Com isso, é cada vez mais complexo prever a estrutura que se formará. Assim, na conclusão de Reis (2019), o futuro do setor bancário é pouco previsível. A dinâmica de mudanças está cada vez mais acelerada e novas soluções são pensadas diariamente para atender às necessidades crescentes dos clientes.

A concorrência sempre tende a gerar inovação. A luta acirrada de empresas pela manutenção ou por parcelas cada vez maiores do mercado é o motor do capitalismo moderno (e clássico). E uma vez que o capitalismo se estabilize, isso faz com que o equilíbrio econômico prevaleça e eternize, deixando milhares, *ceteris paribus*, em suas situações atuais, seja boa ou ruim. Diante desse contexto, quando a população depara-se com uma situação de aperfeiçoamento da economia, ou seja, fazer algo de uma forma melhor e utilizando menos recursos é necessário estudar as novas circunstâncias para entender as metamorfoses que ocorrem em toda essa conjuntura mercadológica,

econômica e social. Deste modo, a finalidade deste trabalho é perceber os avanços da tecnologia da informação sobre a concorrência no setor bancário; isso será procedido observando-se como o setor foi impactado pelas transações realizadas pelos canais digitais, o choque nas tarifas bancárias, a repercussão no números de agências físicas e as expectativas estratégicas dos bancos informadas para seus acionistas.

Diante do exposto, percebe-se que a população brasileira está em um dinâmico processo de transição na forma como lida com os principais serviços ofertados pelo segmento bancário, sendo papel do economista entender até que ponto a simbiose tecnológica nas instituições financeiras afetam a forma como se relacionam os agentes econômicos. Portanto, esta pesquisa procura entender qual seria a intensidade que a tecnologia da informação afetou a concorrência do setor bancário? considerando que esse é um segmento caracterizado por sofrer pouca influência de concorrentes e de ter um alto nível de investimento

Para se alcançar os objetivos, pretende-se observar a conjuntura das agências físicas dos bancos tradicionais, a análise tarifária entre os bancos mais conhecidos da economia brasileira e dos emergentes digitais e, por fim, as abordagens estratégicas que essas instituições estão elaborando no período de 2014 a 2018.

Para tanto, este trabalho encontra-se estruturado em cinco seções: esta primeira, a introdução, que contextualiza o tema apresentado e busca trazer uma abordagem da questão problema e dos objetivos da pesquisa. A segunda parte aborda a fundamentação teórica trazendo pontos sobre o segmento bancário brasileiro, o impacto da tecnologia da informação nas firmas e nos bancos, uma análise concorrencial e a oferta de produtos bancários; além de uma terceira seção que busca demonstrar os procedimentos metodológicos que guiaram a pesquisa. A quarta parte discute os resultados apurados com a investigação, a quinta comenta as considerações finais e as possíveis contribuições do trabalho.

2 ANÁLISE NO SETOR BANCÁRIO COM O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO SEGMENTO.

Esta seção contempla a contribuição de diferentes autores a respeito da análise do segmento bancário brasileiro, impacto da tecnologia da informação nas firmas e nos bancos, a oferta de produtos bancários afetados pela tecnologia da informação e, por fim, traz uma abordagem a respeito da análise concorrencial nos bancos.

2.1 SEGMENTO BANCÁRIO BRASILEIRO

O segmento bancário brasileiro é caracterizado por uma conexão entre a iniciativa privada, o setor público e as famílias. Seu advento remonta a 1808 com a criação do Banco do Brasil (BB) que teve o objetivo de dar suporte para uma economia que pretendia amplificar sua estrutura, entretanto, a Coroa Portuguesa rapidamente retirou suas reservas encerrando as atividades desta instituição.

A partir de então, outros bancos surgiram no país como o Banco Comercial do Rio de Janeiro (BCRJ), criado em 1838, pela iniciativa dos comerciantes e o Banco do Brasil de Mauá (BBM) em 1851. Problemas políticos e monetários fizeram estas duas instituições realizarem a primeira fusão de bancos do Brasil criando um novo BB. Para Gambi (2008), um dos principais determinantes que justificava a união foi a competição exagerada entre eles, que por sua vez instabilizava a situação da economia monetária brasileira. O resultado disso é a participação do Governo como principal responsável na fusão de duas instituições em uma nova agência bancária.

Esse episódio que ocorreu ainda no transcurso da maturação da legislação bancária do país, traz um fato recorrente no Brasil, que é a necessidade de intervenção do Governo para resolver problemas gerados pela iniciativa privada, ignorando totalmente o conceito da mão invisível desenvolvido por Adam Smith (1776), pois, assim como percebe Gambi (2008), o resultado dessa competição econômica não gerou a incorporação de um banco pelo outro, que seria um desfecho potencial da ocorrência de disputadas criada por esse tipo de conflito.

Nos anos que se seguiram, as recorrentes adversidades monetárias tenderam a ser resolvidas por fusões bancárias das instituições da época com suporte governamental, como esclarece Neto (2004), “a fusão dos bancos era uma solução que, produzindo os efeitos da encampação das emissões bancárias pelo Estado, não refletiria os seus efeitos

na praça, pela maior desvalorização das ações e pelo pânico.” Com isso, políticas de incentivos ao monopólio/oligopólio pareciam ser uma reação costumeira aos problemas enfrentados pela política Monetária.

Entretanto, em 1906, o BB se consolida como principal banco do Estado. Fazendo com que, devido ao grande número de agências financeiras da época, fosse criada a Inspetoria Geral dos Bancos (IGB), em 1920, o primeiro órgão de fiscalização das instituições financeiras. Assim, o país começou a dar início a uma regulação mais densa e parecida como a que se conhece, porém, ainda arcaica aos dias atuais.

O setor bancário contemporâneo é embasado, em boa parte, nas reformas de 1965¹. Deve-se a ela todo o aparato conjuntural de regulação como se entende hoje, assim descritos na lei nº4.595 que explicita o Sistema Financeiro Nacional (SFN) sendo composto pelo: Conselho Monetário Nacional (CMN), O Banco Central do Brasil (BACEN), O Banco do Brasil S.A. (BB), o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico (BNDE)² e pelas as demais instituições financeiras públicas e privadas, assim como também determinou a extinção do Conselho da Superintendência da Moeda e do Crédito (SUMOC).

Para Paula (1998), tais reformas tinham a intenção de incitar a poupança privada em um ambiente inflacionário, ao mesmo tempo em que o Governo posicionava uma política gradual de combate à inflação, evidenciando o hábito comum das reformas bancárias do país serem estimuladas por problemas estruturais econômicos.

O setor passou desta data até hoje por inúmeros acontecimentos históricos que o influenciaram, como, por exemplo, a regulamentação de 1988 que resultou na possibilidade de bancos múltiplos, a criação e extinção de bancos estaduais, o episódio dos picos de inflação, o plano real e a crise de 2008.

A principal legislação que doutrina sobre os requisitos e os procedimentos para a autorização de constituição e funcionamento de bancos no país é a resolução 4.112 (2012) do Bacen, que exigiu uma legislação específica e detalhada para a consolidação desse tipo de empreendimento no país.

Entretanto, aparentemente novas legislações surgem para se adaptar a um cenário cada vez mais presente no dia a dia da população. A resolução nº 4.630 do Banco Central

¹ As reformas da época são referentes à Lei nº4.595, que fala da reforma bancária, à Lei nº4.728 que legisla sobre o de mercado de capitais e, por fim, à Lei 4.380 que fala do Sistema Financeiro da Habitação (SFH).

² ² Cuja denominação passaria a ser Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social(BNDES)

de 2018 tornou possível que os microempreendedores individuais (MEIs) possam abrir e encerrar contas digitais. Já as resoluções nº 4.656 (2018) e nº4.657 (2018) regulamentou as operações das *Fintechs*³. Para a Simply (2018) essa iniciativa quer que as pessoas jurídicas possam aumentar o acesso a operações de crédito e demais serviços bancários. Em outras palavras, a legislação começa a se adaptar a um cenário de maior possibilidades para as firmas.

Dessa forma, o incremento de uma legislação completa para as mudanças estruturais que o setor bancário sofre não é um objetivo fácil de ser alcançado, pelo contrário, tende a ser um processo longo e adaptável e não deve ocorrer individualmente, mas sim concomitantemente aos diferentes países desenvolvidos e subdesenvolvidos. No entanto, parece haver um avanço significativo do interesse público em legislar sobre esses acontecimentos, já que a tecnologia da informação tende a ser um determinante de sucesso econômico para os próximos anos.

2.2 IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) NAS FIRMAS E NOS BANCOS.

Ao longo da história, quando grupos sociais uniram-se e utilizaram violência para transformar o meio em que viviam em buscas de mudanças, categoricamente, denomina-se tal processo de “revolução”. Entretanto, ao longo dos anos, as armas e a brutalidade foram sendo deixadas de lado, para que formas mais sucintas transformassem o cenário em que as pessoas se relacionem, fazendo com que se abra espaço para alterações sociais.

Pensadores defendem a ideia que se está passando por uma modificação do paradigma global. Destaca Castells (2000) diferentemente de qualquer outra revolução, o cerne da transformação que a sociedade está vivendo na revolução atual refere-se à tecnologia da informação ao processamento e à comunicação. É diante do exposto que Plonski (2005) complementa que a inovação tecnológica é caracterizada pela presença de mudanças tecnológicas ou em produtos (bens ou serviços) oferecidos à sociedade ou na forma pela qual produtos são criados e oferecidos (que é usualmente denominada de inovação no processo).

Seria acurado supor que a tecnologia não se limitaria a revolucionar somente uma

³ Termo criado a partir da fusão das palavras financeiro (financeiro) e *technology* (tecnologia). Basicamente oferecem serviços financeiros embasada em uma infraestrutura puramente digital.

parte do processo produtivo, mas sim, todo o organismo que define a economia. Na visão de Pacheco (2005), gestores procuram aproveitar características dos novos sistemas de informações, fazendo-se assim com que seja induzida tecnologia aos processos produtivos buscando-se a produtividade. Isso é possível porque as firmas estão pressionadas pelos elementos do macroambiente (leis, políticos, a sociedade, fatores financeiros e fiscais, tecnologia, ambiente, etc) e pelo ambiente de tarefa (concorrência, clientes, fornecedores, etc). Dessa forma, o autor conclui que as organizações incorporam a TI (*hardware*) aos meios de produção o que altera a essência dos métodos de produção (*software*) e resulta em mudanças substanciais na coordenação interna da empresa (*orgware*), necessitando-se assim de um novo perfil para o trabalhador (*peopleware*).

Pode-se concluir então que a inserção da TI na sociedade afeta a forma como os trabalhadores produzem seu ofício e mudam as organizações. Para o cenário das firmas Albertin (1999) destaca que nesse novo ambiente empresarial, o setor bancário continua sendo considerado como um dos que mais investem em TI, tendo seus produtos e serviços fundamentalmente transformados por esta tecnologia.

Isso acaba por resultar em uma transformação da oferta no setor bancário dos seus produtos básicos: contas bancárias estão sendo abertas sem a necessidade da presença física do cliente, empréstimos sendo realizados sem um intermediário que trabalhe pelo banco, sendo dispensado até o percurso a agência e também a necessidade de barganha e constrangimento, transferências bancárias feitas em segundos economizando tempo e custos.

Para isso, entretanto, é necessário que a população brasileira possa usufruir de tais benefícios gerados pelo uso massivo da TI (agilidade, comodidade e barateamento dos custos dos produtos bancários, por exemplo), sendo duas as exigências mínimas para isso: estar de posse de algum aparelho digital e que tal aparato tenha acesso à internet.

Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) em sua 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, o Brasil terá 420 milhões de aparelhos digitais ativos (*smartphones*, *tablets*, computadores e *notebooks*) em 2019. Sendo que a estimativa da população brasileira para o mesmo ano realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –IBGE - aponta um número aproximado de 210 milhões de habitantes.

E de acordo com dados da Pnad Contínua dos anos 2016 – 2017, o percentual de domicílios que utilizava a Internet subiu de 69,3% para 74,9%, sendo que esse número é

mais expressivo com pessoas que acessaram a internet através do celular, passando de 94,6% para 97%, no mesmo período. Com isso, pode-se inferir a possibilidade de dois cenários: o primeiro é que o brasileiro está tendo maior possibilidade de acessar a internet, mesmo considerando o nível de renda média do país.⁴ Já o segundo cenário é a possibilidade de que os bancos se encontrem diante de um cliente mais exigente por produtos tecnológicos, o que acabaria por obrigar estas instituições a se reinventarem na forma como ofertam seus negócios.

Essa separação entre os bancos tradicionais os quais buscam se digitalizar e as novas formas de negócios denominadas bancos digitais (Fintech) possuem diferenças que podem ser observadas na forma como elas prestam serviços, informação detalhada no Quadro I, abaixo:

^{4 4} Que é de R\$ 1.373,00 de acordo com a PNAD contínua de 2018.

Quadro 1: Diferença de serviços ofertados entre bancos digitalizados e bancos digitais.

	Abertura de Conta	Consulta e Resolução de problemas
Banco Digitalizado	Processo Presencial na agência onde a conta fica vinculada - cadastro remoto nos canais eletrônicos.	Contato com o gerente vinculado à conta para resolução de problemas com necessidade de presença na agência pelo cliente.
	Fluxo Fixo de documentos e assinaturas	Canais eletrônicos para consultas e transações não complexas - dúvidas canalizadas para gerente.
Banco Digital	Processo não presencial, com captura digital de documentos e informações, além de coleta eletrônica de assinatura.	Acesso a canais eletrônicos para todas as consultas e contratação de produtos. Resolução de Problemas por múltiplos canais, sem a necessidade de ida a agência.

Fonte: FEBRABAN, 2014.

Parece coerente distinguir o termo “banco digitalizado” do conceito de “banco digital”, tendo em vista que eles oferecem serviços semelhantes, porém por meios distintos para a sociedade. O primeiro possui seus principais serviços ofertados através de uma agência física e da necessidade de deslocamento por parte do cliente até ela para satisfazer suas necessidades dos produtos bancários, entretanto, os bancos digitalizados tem como suporte uma malha tecnológica para resolver as demandas mais tradicionais, não dispensando o relacionamento humano. Já o segundo, objetiva dispensar em sua total completido o relacionamento humano, oferecendo para o cliente um serviço pujantemente digital, evitando o deslocamento até uma agência física e entrega de documentos pelas formas tradicionais, prevalecendo-se do suporte digital para oferecer seus serviços.

Lembrando que apesar de suas diferenças, nada impede um banco digitalizado de se tornar digital e um banco digital de se torne digitalizado, entretanto, o mais plausível, e

que já está acontecendo, é que os bancos tradicionais que possuem uma pujante estrutura em capital físico e detentores da expressiva quantidade de crédito, tentem mesclar a oferta de seus serviços com a TI para se tornarem mais competitivos perante a ameaça dos bancos digitais, e assim, empenhando-se por procurar suas próprias ramificações como *Fintechs*, o Quadro 2 abaixo detalha essas informações:

Quadro 2- Bancos digitais pertencentes às instituições bancárias tradicionais.

Banco Digitalizado Tradicional	Banco Digital
Bradesco	Nest
Itaú	Iti
Santander	SuperDigital
Banco do Brasil	Digital BB
Caixa Econômica Federal	App Caixa Abertura de Conta

Fonte: Criação própria (2019)

Os Bancos digitais demonstrados no Quadro 2 funcionam como uma estratégia dos bancos digitalizados tradicionais de também alcançarem os clientes que demandam os serviços bancários 100% digitais, sem mudar de forma radical a maneira pela qual atendem a maior parte da população brasileira. Com isso, eles simplesmente abrem uma pessoa jurídica para competir no nicho dos bancos digitais ofertando produtos semelhantes a esse segmento.

Este estudo, portanto não almeja fazer uma análise comparativa dos bancos digitais que fazem parte dos bancos tradicionais, mas sim, analisar comparativamente a ameaça das *Fintechs* emergentes à já bem conhecida estrutura bancária do Brasil. Para isso chega-se aos principais bancos digitais com a característica de ser uma ameaça mais autêntica: Nubank, Banco Inter, Neon, AgiBank e Original.

O que deve ser destacado, porém, e será abordado com mais destaque nos resultados deste trabalho, é se a tendência para os próximos anos está embasada em uma concorrência mais agressiva no setor bancário ou se irá ocorrer uma manutenção do oligopólio de controle deste segmento, através dos antigos jogadores “disfarçados” por novas instituições financeiras digitalizadas.

2.3 OFERTA DE PRODUTOS BANCÁRIOS AFETADOS PELA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.

De forma geral, os produtos usuais ofertados pelas agências bancárias como o cheque, cartão de crédito e caixas eletrônicos foram inovações do setor frutos do impacto da implantação tecnológica, em dada época, e se estabilizaram ao longo dos anos. Com as recentes modificações setoriais causadas pela TI, uma das tecnologia que mais se destacou é do *internet banking* (IB). Para Estrada (2005):

O internet banking representa uma nova modalidade de comércio eletrônico, pela qual o cliente, valendo-se da internet tem acesso a vários serviços bancários para a realização de negócios e contratos eletrônicos, os quais, por sua vez, são definidos como contratos celebrados por meio de programas de computador ou aparelhos com tais programas, dispensando-se a assinatura codificada ou senha.

Tendo-se como vantagem:

- a) diminuição de custos fixos de manutenção de uma agência bancária, especificamente nas despesas de pessoal;
- b) desburocratização de serviços, facilitando a vida do cliente, dispensando sua presença física no estabelecimento, evitando filas e perda de tempo realizando operações bancárias;
- c) o alcance geográfico, pelo fato da Internet atingir o mundo todo, podendo fornecer serviços em grande escala;
- d) diminuição de riscos de assaltos, porque há um menor movimento de pessoas, moeda e serviços nas agências bancárias.

Atualmente, a maioria dos bancos digitais e digitalizados são embasados em uma tecnologia conhecida como *Mobile Banking*, que é um termo criado para definir o desfrute de serviços bancários através da tecnologia de dispositivos móveis, como celulares e *tabletes*. Isso é possível, porque os bancos utilizam-se dos recursos que esses aparelhos possuem para dar suporte ao seu sistema. O conceito é diferente do de *Internet Banking* que significa a transferência do ambiente físico para um sítio *online*, onde o cliente poderá realizar uma boa parte dos serviços bancários pela página da *internet* de sua agência, inclusive tendo acesso a um assistente virtual em caso de dúvidas ou questionamentos.

Em contrapartida, as antigas tecnologias tendem cada vez mais a desaparecer,

como é o caso dos cheques. Na visão de Giasson (2016), essa tecnologia nos dias de hoje provavelmente irá ser gradualmente substituída por cartões de crédito e isso se deve ao aumento de firmas utilizando máquinas de cartão e a diminuição do risco de se portar um cheque sem fundo.

2.4 ANÁLISE CONCORRENCIAL NOS BANCOS.

Concorrência, no termo econômico da palavra, é a situação de busca de ganhos em um mercado por parte de agentes ofertantes de um determinado bem ou serviço os quais atuam face ao público demandante com o objetivo de gerar lucros para o seu negócio, sendo que para isso eles podem utilizar atributos de competitividade como preços e serviços diferenciados. Nesta última categoria entram fatores como qualidade, tempo, segurança, atendimento, tecnologia, entre outros determinantes.

É nesse contexto que antes de partir para análise dos resultados, se faz necessário conceituar os quatro tipos de estruturas de mercado, para com isso tentar traçar um paralelo com as instituições bancárias que atuam no Brasil. Segundo Besanko e Braeutigam (2004) um mercado de concorrência perfeita deve ter as seguintes características: a primeira é que o mercado deve ter um grande número de compradores e vendedores, no que estes não conseguem interferir de forma deliberada e perceptível no preço do produto; a segunda é a homogeneidade do produto, ou seja, o produto é o mesmo independentemente do produtor (ou seja, são substitutos perfeitos entre si); os consumidores detêm informações perfeitas dos produtos e seus preços; há livre mobilidade dos fatores produtivos; e, por fim, todas as firmas tem acesso aos mesmo insumos e tecnologia para suas respectivas produções.

Existe também o caso da concorrência monopolítica que é caracterizada por ser um tipo de intermediário entre a estrutura de monopólio e a concorrência perfeita, já que em essência é um tipo de concorrência imperfeita na qual existe a produção de produtos distintos com substitutos próximos que concorrem entre si, sendo que nenhum deles têm total influência de monopólio, ao mesmo tempo que eles não são homogêneos para caracterizar bens em concorrência perfeita.

Seguindo com a estrutura de monopólio a partir da abordagem de Pindyck e Rubinfeld (2006) tem-se que este se caracteriza por ser um mercado em que existem diversos compradores, porém, só uma firma detém a maior parcela do mercado. Assim, existem barreiras para que novos concorrentes surjam, não existindo bens que sejam

substitutos próximos ao ofertado por essa única empresa. Essas características não se aplicam ao mercado bancário brasileiro que se assemelha mais com uma estrutura de oligopólio, como será explicitado a seguir.

No oligopólio, segundo Pindyck e Rubinfeld (2006) há uma certa quantidade de empresas que é responsável pela produção de quase todo o mercado e exercem influência sobre os preços e qualidades dos produtos. Essa atuação ocorre estruturado em concorrência imperfeita e a demanda do produto é concentrada nessas poucas instituições. Esta, por sua vez, é a estrutura de mercado que mais se assemelha a estrutura tradicional dos bancos brasileiros, já que é um setor que engloba essas características.

O setor bancário por sua vez apresenta características únicas que derivam em parte de sua função social. Na visão de Camargo Jr. *et al.* (2004), tais instituições de intermediação financeira buscam seus ganhos (ou *spreed*) em transações que, por um lado, pagam certa remuneração a quem faz depósito em suas reservas, recebendo, por outro lado, uma remuneração maior ainda daqueles que precisam desses recursos, ganhando com o que se convencionou chamar de *spread* bancário, que nada mais é que a taxa cobrada ao cliente em débito menos a taxa cobrada ao depositário com crédito

Isto é, seus lucros derivam exatamente dessa função de intermediação. Diante desta conjuntura, Brito *et al.* (2005) afirmam que a busca por eficiência no setor bancário faz com que ele seja um dos mais avançados na economia brasileira. Sendo a tecnologia usada maciçamente, um dos fatores que tornam bancos públicos e privados cada vez mais competitivos.

Isso ocorre, de acordo com Santos (2013) porque no ambiente das empresas e do segmento financeiro a tecnologia é ainda mais essencial, pois, ao se perceber que acelerar os processos das transações financeiras resulta em ganhos de eficiência as agências bancárias optam naturalmente por fazer altos investimentos em tecnologia.

Logo, essa visão é ocorre devido à perspectiva de redução de custos que elas terão no futuro, assim como a melhoria no serviço prestado para seus clientes que irão desfrutar de maior conforto para realizar suas necessidades.

De forma geral, os bancos oferecem um acervo de serviços que acabam por se caracterizar como tarifas bancárias⁵, a seguir pode-se verificar alguns dos serviços que geram a incidência dessas taxas: talão de cheques, impressão de saldos e Extratos, transferências (TED / DOC), segunda via de cartão de crédito / débito, anuidade de cartão

⁵Taxas reivindicadas pelos bancos para oferecer suas atividades.

de crédito, saques bancários, confecção de cadastro para início de relacionamento. Essas são, portanto, algumas das formas de remuneração que essas instituições possuem.

Diante disso, existem fatores que podem afetar a concorrência de determinado ambiente. Na visão de Porter (1991) as cinco principais energias que podem afetar a competitividade dentro de um setor são: ameaça de novos entrantes; poder de negociação dos compradores; poder de negociação dos fornecedores; ameaça de produtos ou serviços substitutos; rivalidade entre as empresas existentes. Para este autor, a necessidade de capital pode ser uma barreira de entrada relevante, já que alguns setores demandam um alto fluxo monetário. Sendo o segmento bancário tradicional caracterizado como tal, já que necessita de altos investimentos em *marketing*, tecnologia, estrutura física, pesquisa, segurança, além da própria necessidade massiva de crédito, tendo em vista que ofertar esse bem é sua principal peculiaridade.

3 METODOLOGIA

Para fins de categorização do estudo, optou-se por utilizar a taxionomia oferecida por Vergara (2013). Para a pesquisa em questão foi classificada como de cunho descritivo e explicativo e quanto à forma utilizada para o progresso do trabalho, a pesquisa classifica-se como bibliográfica, conforme detalhado pelo autor:

- A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza;
- A investigação explicativa tem como principal objetivo tornar algo inteligível justificar-lhe os motivos. Visa, portanto, esclarecer quais fatores contribuem, de alguma forma, para a ocorrência de determinado fenômeno;
- Pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral (VERGARA, 2013, p. 47- 48).

O tratamento metodológico utilizado para este estudo foi o método qualitativo, que tem como cuidado fundamental, segundo Merriam (1998), entender a complexidade do fenômeno e seus possíveis impactos na realidade vivenciada. Para descrever o comportamento de alguns dados de modo estatístico, foi utilizada a abordagem quantitativa. Os métodos qualitativos e quantitativos não se excluem, “na fase de coleta de dados, a interação entre os dois métodos é reduzida, mas, na fase da conclusão, eles se complementam” (NEVES, 1996,p. 2). Segundo Miles (1979), a agregação dos dados quantitativos e qualitativos sobre um mesmo fenômeno produz uma análise mais completa do que cada método poderia oferecer separadamente.

Diante das várias formas de se observar a concorrência no setor, esta pesquisa optou por contemplar, em um primeiro momento, o comportamento das agências físicas do setor bancário de forma homogênea⁶ entre o período de 2005 e 2014. Para que, em seguida, verifica-se a relação com as variações percentuais da utilização dos canais digitais com fins de transação no período de 2014 a 2018, época em que começam a surgir de forma mais pujante os bancos digitais.

Assim, na observação por agências escolheu-se avaliar o número de agências bancárias do ano de 2005 a 2018, através das informações do Sistema Gerenciador de Séries Temporais do Banco Central do Brasil. Já os dados de percentual da composição

⁶ Lembra-se de que as agências bancárias funcionam de forma bastante distinta uma das outras, enquanto existem agências que funcionam com mais de cem funcionários também é possível encontrar instituições bancárias com apenas um gerente.

das transações bancárias por canal foi retirado da Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2019 realizado pela Deloitte.

Em um segundo momento, esse estudo busca realizar uma comparação entre as tarifas bancárias dos serviços básicos prestados pelas agências bancárias, tanto nos bancos digitalizados como nos bancos digitais.

Dessa forma, nesta investigação foram examinados os preços cobrados pelos cinco bancos digitalizados (Santander, CEF, BB, Itaú e Bradesco) e pelos 5 bancos digitais (Nubank, Banco Inter, Neon, Agibank e Original) no que consta os serviços de Confecção de cadastro para início de relacionamento, segunda via de cartão com a função crédito, fornecimento de folhas de cheque, fornecimento de extrato mensal de conta de depósitos à vista e de poupança em meios eletrônicos, saques de conta de depósito à vista e de poupança em caixa eletrônico, transferência por meio de DOC/TED pela internet e anuidade com cartão básico, cujos dados foram obtidos a partir da plataforma STAR da Federação Brasileira de Bancos, de consulta aos *sites* e pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC - das instituições citadas.

Por fim, buscou-se entender quais seriam as estratégias adotadas por estas instituições no momento atual, dado o incremento da competição no setor. Para isso optou-se por utilizar os relatórios trimestrais e anuais disponibilizados pelas empresas de Sociedade Anônima (S/A) no ano de 2019.

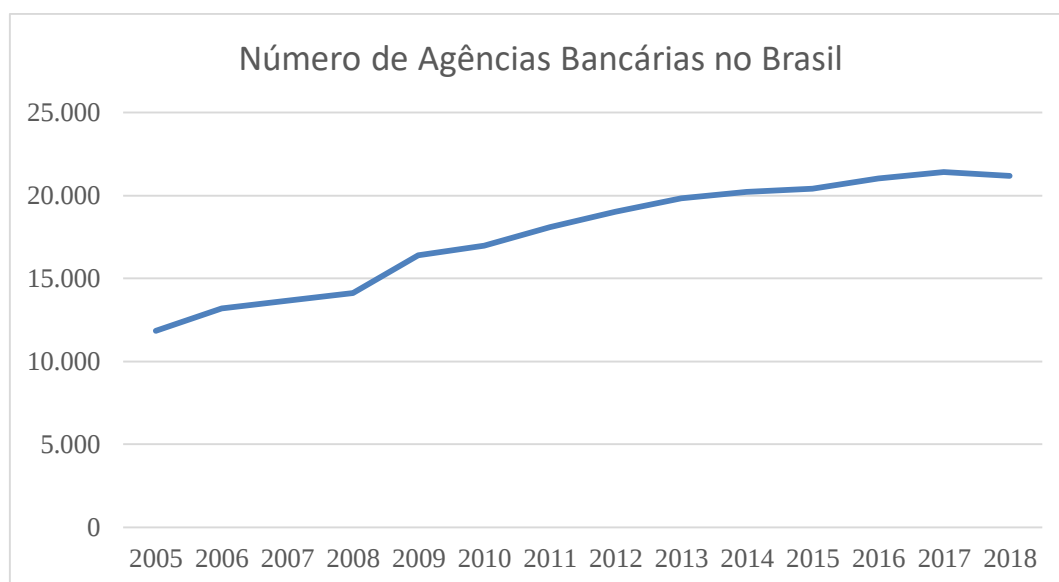
4 RESULTADOS

Esta seção tem o intuito de demonstrar as repercussões das metas traçadas. E, assim, apresentar o avanço da tecnologia da informação na competição do setor bancário. Em um primeiro momento, observou-se o comportamento do setor para dessa maneira verificar algum comportamento padrão nas empresas bancárias. Em seguida, objetivou-se um aprofundamento nos preços dos principais serviços ofertados pelos bancos digitalizados e pelos bancos digitais, fazendo uma análise comparativa nas tarifas bancárias, por fim, o estudo averigou as principais estratégias concorrenciais entre esses dois tipos de organização.

4.1 TENDÊNCIAS DO SEGMENTO BANCÁRIO

O gráfico I apresenta o número de agências bancárias no país no intervalo de tempo de 2005 a 2018:

Gráfico I -Relação de agências bancárias no Brasil de 2005 a 2018



Fonte: Banco Central de 2005 a 2019.

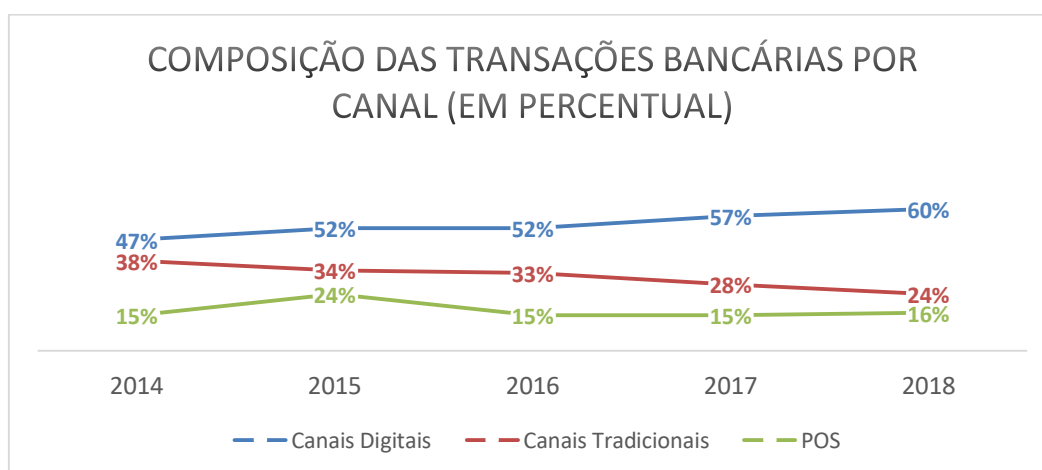
Observa-se que o número de agências bancárias cresceu aproximadamente 79% no intervalo de tempo destacado (14 anos) no Brasil. Isso deve-se em parte a constante demanda da população por serviços como este e o crescimento econômico do período.

A notoriedade, porém, vai para o fato de que o número de agências bancárias entre o ano de 2005 a 2017 só aumentou, sem exceção; inclusive no ano de 2015, quando o país enfrentou a pior crise econômica de sua história, esse comportamento só mudou de direção no ano de 2018, em que o quantitativo de agências totais entre 2017 e 2018 sofreu uma redução de 219 instituições físicas, o que representa uma contração percentual de aproximadamente 1%.

Entretanto, o destaque é que a magnitude do número de agências físicas no país, durante esses 14 anos, pertencem, em sua maioria, aos cinco bancos tradicionais da economia brasileira, os quais durante o período absorveram outras instituições e ampliaram seu capital físico, privilegiando formas de atendimento ao seu cliente por um sistema material, através de caixas eletrônicos e de atendimentos presenciais. Porém, é importante destacar que fatores como o número de funcionários por agências não foram considerados, o que acaba por não refletir os fatores exatos que esses números significam.

Fatores que poderiam justificar essa leve contração nas agências físicas no biênio 2017 e 2018, em contrapartida a tendência de crescimento que se observava desde 2005 de incremento das agências físicas no país, são justamente a mudança na dinâmica na forma como realiza-se transações bancárias no país, assim como observado no gráfico 2:

Gráfico 2 - Composição das transações bancárias por canal entre 2014 e 2018. (%)



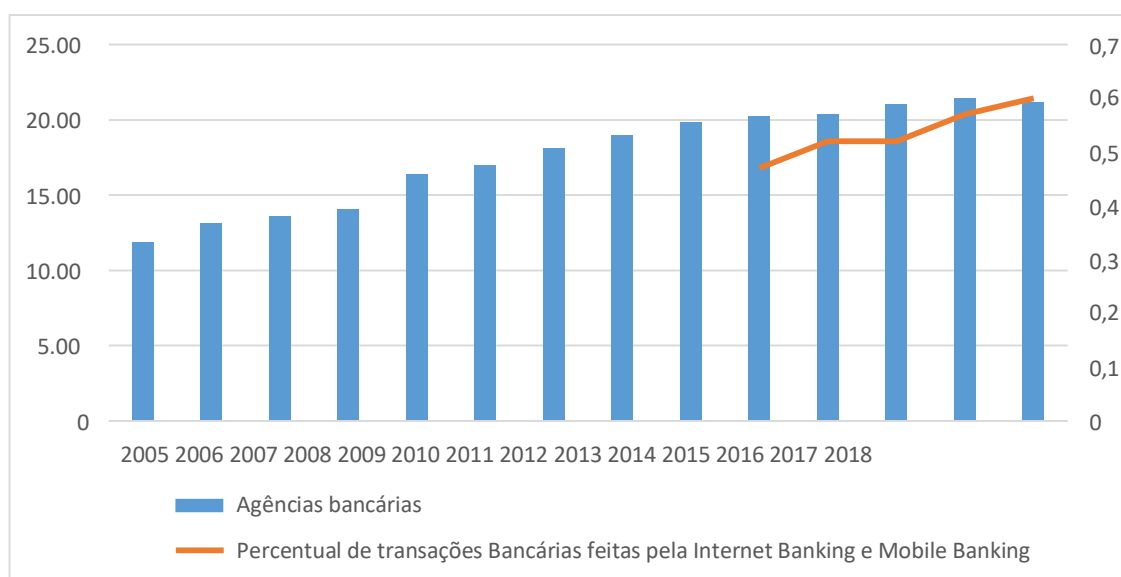
Fonte: Criação própria com dados da FEBRABAN (2019).

Assim, tem-se que entre 2014 e 2018, os canais digitais compostos por *mobile banking* e *internet banking* saltaram de um percentual de 47% para 60% relativamente aos canais tradicionais. Um aumento de mais de 27%. Já nos canais tradicionais composto

pelas ATMs – autoatendimento, correspondente bancário, agências bancárias e *contact centers*, vê-se um afastamento da curva dos canais digitais, representando uma diminuição que variou de 38% em 2014 para 24% em 2018, o que é uma redução expressiva de mais de 36%. Já nos Pontos de Venda no Comércio (POS) houve uma estabilidade durante o tempo analisado, ficando em 15% em 2014 e permanecendo em 16% em 2018.

Entretanto, quando junta-se ambos os dados se obtêm um novo gráfico demonstrado a seguir:

Gráfico 3 - Quantidade de Agências Bancárias x Percentual de Transações Bancárias Feitas pelo Internet Banking e Mobile Banking.



Fonte: Criação própria com os dados apresentados do Banco Central (2005 a 2018) e FEBRABAN 2019.

Ao analisar o intervalo de tempo que corresponde do ano de 2014 para 2018, que é o período que coincide com o aumento da utilização dos canais digitais, percebe-se que entre os anos 2014 e 2017 o número de agências não diminuiu, pelo contrário, foram abertas 1196 instituições financeiras com esse perfil no período citado, sendo que o número de agências bancárias só demonstra uma queda em 2018, que é justamente quando os canais digitais se tornam mais representativos com 60 % da composição das transações bancárias.

Entretanto, o que pode-se inferir a priori é que existe a possibilidade de se estar tratando com duas variáveis inversamente proporcionais, já que à medida em que os canais digitais se tornem preferenciais aos consumidores, o número de agências que

oferecem os serviços tradicionais tendem a diminuir, isso ocorre por uma simples observação de incentivos, dado que os bancos tradicionais não precisarão alocar capital físico e variável para prestar serviços que os clientes preferem realizar via TI. Estas instituições, por sua vez, ganham em diminuição dos custos, principalmente por conta da redução do número de funcionários, e aumento da efetividade, já os clientes ganham em tempo e conforto. Além dos fatores destacados por Estrada (2005). Tornando-se assim uma relação colaborativa de ganha-ganha.

Esse cenário já pode ser observado na atualidade, em matéria concedida a revista Exame (2019), o presidente do Bradesco, Octavio de Lazari, afirmou que deverá fechar 450 agências até o final de 2020. O principal intuito dessa norma é a redução das despesas operacionais que aumentaram em 2019, além dessa medida, a instituição buscará reformular a forma que remunera seus funcionários e aumentará o quadro de funcionários do seu braço digital, Banco Next, que detêm cerca de 1,5 milhão de clientes. Já o presidente do Santander Brasil, em entrevista à Bronzati e Navarro (2019), Sergio Rial, informou que as agências passarão para uma reformulação para atender a nova maneira que os clientes se relacionam com o banco. Uma das primeiras medidas será deixar de chamar os locais de atendimento de agências para lojas, ou seja, a estrutura física passará por uma reformulação nos próximos anos, pois com isso, a instituição acredita que aproximará cada vez mais os clientes dos gerentes.

O destaque para essa interpretação de dados vai para fatores que poderiam explicar a redução do número de agências físicas, e uma das hipóteses mais realista é justamente a de que os gestores destas instituições buscam formas mais eficientes de alcançar seus clientes, assim, eles encontram como resposta os pequenos e modernos aparelhos digitais em detrimento dos tradicionais prédios de concreto com a logo do banco e dos já conhecidos correspondentes bancários⁷.

⁷ Empresas não bancárias responsáveis por serem intermediárias entre os bancos e os clientes, nesta categoria se enquadram as lotéricas, Correios, Pague Fácil, etc.

4.2 TARIFAS BANCÁRIAS

Como o custo para o consumidor é um dos principais determinantes para a escolha de adquirir ou não determinado bem, procura-se analisar as principais despesas oriundas das tarifas bancárias dos bancos digitalizados, observados na Tabela 1:

Tabela 1 - Preço das principais tarifas bancárias dos bancos digitalizados.

Análise concorrencial por tarifas bancárias					
Tarifas bancárias em R\$	Bancos Digitalizados				
	Santander	CEF	BB	Itaú	Bradesco
Confecção de cadastro para início de relacionamento.	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Segunda via de cartão com a função crédito.	7,90	17,00	8,50	7,60	7,90
Fornecimento de Folhas de Cheque.	1,80	1,40	1,75	9,90	1,75
Fornecimento de Extrato mensal de conta de depósitos à vista e de poupança em meios eletrônicos.	3,0	2,00	2,95	2,50	2,95
Saques de conta de Depósito à vista e de poupança em caixa eletrônico.	3,00	2,10	2,55	2,60	2,55
Transferência por meio de DOC/TED pela internet.	10,30	8,65	10,45	10,50	10,15
Anuidade com cartão básico.	78,00	50,00	60,00	91,00	62,00
Total de Custos ao final de um ano.	303,10	266,80	310,90	338,00	308,70

Fonte: Dados da FEBRABAN, com organização própria (2019).

Os dados comparativos acima expõem a forma como os 5 maiores bancos do país concorrem através de suas tarifas bancárias. Na taxa de confecção de cadastro para início de relacionamento, por exemplo, o Santander é o único banco que não cobra esse dispêndio, sendo que todas as outras quatro agências (Bradesco, CEF, BB e Itaú), solicitam um desembolso inicial de R\$ 30,00.

Já na taxa de anuidade com cartão básico, os valores variam entre R\$ 50,00 na

Caixa Econômica Federal e R\$ 91,00 reais no Banco Itaú, esse serviço é cobrado ao consumidor ao final de um ano portando o cartão básico de cada instituição. A diferença de preços entre essas firmas representam um diferencial proporcional de 82%.

Por fim, a tabela 2 traz o total de custos ao final de um ano para um cliente que optasse por permanecer em cada um dos cinco bancos tradicionais, sendo que nesse tópico vale um adendo já que existem taxas que são cobradas uma única vez como a confecção de cadastro para início de relacionamento e tarifas que são coletadas por serviço, como a segunda via de cartão com a função débito, por exemplo.

Logo, considera-se as taxas únicas cobradas somente em uma ocasião ao ano e as tarifas por serviço serão consideradas realizadas pelo menos uma vez ao mês⁵ com exceção da taxa de segunda via de cartão com a função crédito, que será somada uma única vez ao montante anual, já que essa situação enquadrasse mais a realidade de um consumidor padrão ao longo do tempo determinado.

Deste modo, tem-se uma cesta de consumo que representa o total de custos que um cliente padrão poderá ter ao longo de um ano somente por utilizar os serviços básicos dos bancos tradicionais com as condições determinadas. Variando entre R\$ 266,80 na CEF e R\$ 338,00 no banco Itaú. A diferença proporcional entre eles chega a 26,68%. Entretanto, vale a observação que, a exceção da Caixa Econômica Federal, nenhum dos outros 4 bancos citados teriam um custo anual inferior a R\$ 300,00. (Santander R\$ 303,10; BB R\$ 310,90; Itaú 338,00 e Bradesco R\$ 308,70).

Por outro lado, a Tabela 2 a seguir, apresenta dados sobre os custos dos bancos digitais considerando os mesmos critérios estabelecidos pelos bancos digitalizados:

Tabela 2 - Preço das principais tarifas bancárias dos bancos digitais.

Análise concorrencial por tarifas bancárias					
Tarifas bancárias em R\$	Bancos Digitais				
	Nubank	Banco Inter	Neon	Agibank	Original
Confecção de cadastro para início de relacionamento	0,00	0,00	0,00	0,00	Incluso no pacote básico de 12,90 / mês
Segunda via de cartão com a função crédito	0,00	0,00	0,00	9,90	
Fornecimento de Folhas de Cheque	Não ofertam esse serviço	Não ofertam esse serviço	Não ofertam esse serviço	Não ofertam esse serviço	Não ofertam esse serviço
Fornecimento de Extrato mensal de conta de depósitos à vista e de poupança em meios eletrônicos	Enviado gratuitamente para e-mail ou pelo App	Somente pelo App	Somente pelo App	Somente pelo App	Incluso no pacote básico de 12,90/mês
Saques de conta de Depósito à vista e de poupança em caixa eletrônico	6,50	0,00	6,90	6 gratuitos por mês (4 em caixas 24h e 2 em lotéricas) depois tarifa de 6,49.	
Transferência por meio de DOC/TED pela internet	0,00	0,00	Gratuita para quem fizer 10 compras/mês no cartão ou 3,50	Até 4 TEDs gratuitas por mês, depois R\$ 1,90	
Anuidade com cartão básico	0,00	0,00	0,00	Grátis no 1º ano	Grátis no pacote básico
Total de Custos ao final de um ano.	78,00	0,00	82,80	9,90	154,80

Fonte: Informações ordenadas pelo autor através do SAC e do site das instituições.

Observa-se em um primeiro momento que nenhum dos bancos digitais oferece o serviço de fornecimento de folhas de cheque, o que vai ao encontro ao pensamento de Giasson (2016), Albertin (1999) e Plonski (2005). Portanto, nenhum tipo de contabilização de possíveis custos dessa tecnologia foi acrescida aos bancos digitais.

A posteriori percebe-se a tendência dos bancos digitais de oferecer serviços com taxas 100% gratuitas ou mescladas entre a nulidade da taxa com formas concorrenciais demonstrado por uma flexibilização para o consumidor. Isto pode ser observado na tarifa de transferência por meio de DOC/TED, em que os bancos Nubank e Inter não cobram pelo serviço, já no banco Neon, a gratuidade está condicionada a necessidade de se fazer

10 compras por mês no cartão ou ao pagamento de R\$ 3,50 por transação. Já o Agibank limita a zerabilidade do serviço até quatro transações, cobrando um adicional de R\$ 1,90 por nova transferência. O banco Original, por outro lado, oferece o serviço ilimitadamente ao se adquirir o seu pacote de R\$ 12,90 mensais.

É importante ressaltar que a característica de não cobrar pelo serviço ou ofertar preços abaixo dos níveis dos bancos tradicionais é o fator determinante para que estas instituições abaxiem o total de custos ao longo do ano. Sendo a distinção dada ao banco Inter que conseguiu zerar todas as taxas citadas para seus clientes, por outro lado, o banco Original ao tornar seus serviços ilimitados, através de uma mensalidade padrão de 12,90 fez com que o preço anual acabasse chegando a R\$ 154,80 para seu cliente, o que é, quando comparado a competitividade entre os próprios banco digitais, um aumento de 87% dos custos diante do segundo banco digital mais oneroso (Banco Neon que apresenta um Custo anual de R\$ 82,80⁸).

Entretanto, quando confrontam-se valores dos bancos digitais e dos bancos digitalizados, a disparidade demonstra fatores pelos quais as instituições totalmente digitais estão ganhando mercado: o banco digital com custo anual mais caro (Banco Original, R\$ 154,80) chega a ser R\$ 112,00 mais em conta do que o Banco Digitalizado mais barato (CEF, R\$ 266,80), sendo considerado praticamente os mesmo serviços à exceção da oferta de folhas de cheques.

Essa disparidade aumenta quando se compara o banco digital com os menores preços nos seus serviços (Banco Inter com taxa zero) e o banco digitalizado com as maiores tarifas (Banco Itaú, R\$ 338,00), isso representa portanto, uma economia integral anual de R\$ 338,00 em taxas bancárias para o cliente ao longo do ano.

Logo, um cliente que hoje opte por utilizar um banco digitalizado, e que não possui a necessidade por folhas de cheques, está tendo um custo de oportunidade de desembolsar pelo menos 72% a mais em tarifas bancárias pagas anualmente à sua instituição financeira. Um outro destaque vai para o fato de que, enquanto somente um banco digitalizado opta por não cobrar em pelo menos um serviço, que é o caso do Santander, que não cobra pela taxa de confecção de cadastro para início de relacionamento, os bancos digitais parece apresentar uma predisposição, de anulação do valor de pelo menos uma tarifa, chegando a casos de destaque como o Nubank (cinco

⁸ Considerando que o cliente se enquadre na gratuidade obtida com as transferências por meio de DOC/TED pela internet.

serviços são ofertados gratuitamente) e o Banco Inter (todos os seus serviços ofertados gratuitamente).

Esse pensamento vai ao encontro das vantagens oferecidas pelos principais serviços ofertados pelos bancos digitais destacadas por Estrada (2005) e Brito et al. (2005). O que acaba por tornar esse tipo de serviço bastante atraente, e assim, como destacado por Porter (1991), permitindo a entrada de novos concorrentes que é uma das forças que aquecem a competitividade do setor, podendo-se, então, estar diante de um ambiente mais benéfico para a população. Além disso, a redução dos custos administrativos é um dos potenciais destaques dos bancos digitais que talvez influenciem no futuro as despesas administrativas dos bancos tradicionais fazendo com que ocorra uma redução dessas taxas o que poderia reduzir eventualmente os altos *spreads* bancários do Brasil, tendo em vista que despesas administrativas é um dos determinantes para aferição desse indicador, assim como evidenciado por Elias (2019).

É importante destacar que essa análise não levou em consideração um aprofundamento robusto sobre os fatores determinantes de preços e por isso não demonstra a realidade integral dos fatos, entretanto, ela abre margem para estudos futuros que possam complementar as informações levantadas de uma forma mais refinada para se chegar a conclusões mais densas.

4.3. ESTRATÉGIAS BANCÁRIAS

De posse dos relatórios divulgados pelas instituições bancárias para seus acionistas, a Tabela 3, foi elaborada para mostrar as principais estratégias que os principais bancos estabeleceram para enfrentar os desafios que o avanço tecnológico tem imposto sobre eles.

Tabela 3- Definição das estratégias competitivas dos bancos tradicionais.

Análise concorrencial por Estratégia Bancária	
Instituições Financeiras	Estratégias Competitivas
Bradesco	• Investimento em Inteligência Artificial • Digitalização da Plataforma do Banco • Aberturas de Contas Digitais • Investimento para crescimento na base de clientes do Banco Next
Itaú	• Transformação - Centralidade no cliente - Transformação digital - Gestão de pessoas • Melhoria contínua - Gestão de riscos - Internacionalização - Rentabilidade sustentável
Santander	• Excelência nos serviços prestados • Melhora na satisfação do cliente • Atrair novos clientes e aumentar sua preferência e vinculação; ofertando serviços e produtos segmentados, simples e inovadores, através plataforma multicanal
Banco do Brasil	• Buscar melhorar a relação do cliente oferecendo um serviço de excelência • Aumento da rentabilidade, elevação da receita, melhorar a eficiência operacional, adequação do capital e a redução de perdas operacionais • Busca pela meritocracia nos processos sucessórios, com isso, buscar reter talentos • Aperfeiçoamento dos processos através da inovação digital • Foco na melhora no desempenho em sustentabilidade
CEF	Não disponibiliza relatórios de Investimento por se tratar de uma Empresa Pública.
Banco PAN	• Aumentar a oferta de crédito • Aumentos de investimentos em inovação e tecnologia

	• Avanço na estratégia de originação de crédito omnichannel, através de canais digitais
--	---

Fonte: Elaboração própria a partir dos relatórios divulgados aos acionistas destas instituições (2019).

A priori, observando os relatórios disponíveis para os investidores das empresas que não são Sociedade Anônima (S/A), percebe-se que a CEF é um banco que tende a ficar desatualizado quanto às transformações geradas pelo desenvolvimento da TI. Isso ocorre devido à própria característica desta instituição, já que, como empresa pública, não precisa prestar nenhum tipo de esclarecimento para a iniciativa privada. Com isso, seus objetivos estão atrelados, além das finalidades de sua natureza intrínseca, a ser um banco do Governo de políticas públicas. Isso acaba por tornar o banco desatualizado em tecnologia, mas que mesmo assim a instituição competidora no mercado tradicional devido às suas taxas atrativas e sua associação as principais políticas de crédito do Governo, como o Minha Casa Minha Vida, por exemplo.

Quando se observa o banco PAN, que é um banco considerado “meio-termo”, visto que não encontra-se entre as tradicionais agências físicas do país e também não surgiu como um banco exclusivo da tecnologia digital, olha-se uma estratégia agressiva voltada para a tecnologia. Esta instituição aponta para o que aparentemente é uma tendência no setor, descrita como “aumentos de investimentos em inovação e tecnologia” e “avanço na estratégia de originação de crédito *omnichannel*⁹, através de canais digitais”.

Quando analisam-se os bancos tradicionais, à exceção da CEF, é notório o cuidado com a tecnologia que temos por essas instituições: O Bradesco procura “investimento em inteligência artificial”, “digitalização da plataforma do banco” e, além disso, incrementar o mercado de sua *Fintech* digital “investindo para crescimento na base de clientes do banco Next”. O Itaú aposta em uma “Transformação Digital”, já no caso do Santander nota-se uma busca em “ofertar serviços e produtos segmentados, simples e inovadores, através plataforma multicanal”. Já o BB cita “aperfeiçoamento dos processos através de inovação digital” consolidando, por fim, que o segmento bancário brasileiro não pode desconsiderar a tecnologia como fator determinante em suas estratégias. Agora, através da Tabela 4, contempla-se as perspectivas dos bancos digitais quanto as suas estratégias:

⁹ Empresas em que o consumidor tem acesso a ela de forma *online* ou *off-line*, de acordo com sua preferência.

Tabela 4 - Definição das estratégias competitivas dos bancos digitais.

Análise concorrencial por Estratégia Bancária	
Bancos Digitalizados	Estratégias
Banco Inter	• Crescimento da base de clientes, ofertas de novos produtos e foco em oferecer a melhor experiência aos clientes
Nubank	Não disponibiliza
Original	• Financiamento de empresas no ramo <i>corporate</i> de integrantes de agronegócio e oferecer atendimento às pessoas físicas através do banco digital
Neon	Não disponibiliza
Agibank	• Expansão da carteira de crédito • Diversificação geográfica • Aumento no número de clientes

Fonte: Elaboração própria a partir dos relatórios divulgados aos acionistas destas instituições (2019)

Assim, ao se explorar o lado dos bancos digitais, percebe-se que não há a citação da tecnologia em suas estratégias, dado que esta característica já está intrínseca a própria estrutura dessas organizações. Por isso, esses bancos vão procurar cada vez mais atrair, diversificar e fidelizar usuários assim descrito pelo banco Inter que pretende “um aumento do crescimento da base do cliente e em oferecer a melhor experiência”, complementando pela visão do banco Original que projeta “financiar empresas do ramo *corporate* de integrantes do agronegócio e oferecer atendimento às pessoas físicas através do banco digital” e do banco Agibank que procura “expandir sua carteira de crédito e sua

diversificação geográfica, aumentando o número de clientes”¹⁰.

O destaque vai para o fato de que essas instituições, que já seguem investindo cada vez mais em inovação para manterem a vanguarda do setor e entrarem em segmentos que antes eram majoritariamente dominadas pelos bancos tradicionais, viram-se diante de um desafio de cultura do cliente brasileiro, que é pouco propenso ao risco e que tradicionalmente enfrenta certa resistência em mudar de uma agência bancária para outra. Sendo este, talvez, o maior desafio dos bancos digitais, os quais encontram-se diante de um consolidado e pujante segmento tradicional detentor de uma massiva quantidade de capital e fortemente capaz de se adaptar as atuais transformações impostas pelos bancos digitais.

¹⁰ As outras instituições digitais não apresentaram relatórios ao investidor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O segmento bancário é responsável por ofertar serviços indispensáveis para a economia, sendo a necessidade dos bancos algo perceptível para a vida de toda a sociedade. Por isso, o advento dos bancos digitais representam um choque na forma como se entende as tradicionais formas de comercializar e abrem um leque de opções para uma economia que estava habituada com tradicionais cinco *players*.

Dessa forma, o objetivo desse estudo foi avaliar o avanço da concorrência bancária a partir do ponto em que os bancos digitais começam a surgir e disponibilizar tarifas bancárias cada vez mais atrativas. Para isso, foram investigados os preços cobrados pelas cinco instituições bancárias tradicionais da economia e os cinco bancos digitais mais bem conceituados e verificou-se que os bancos digitais cobram significativamente menos por seus serviços, o que em parte, explica a ramificação dos bancos tradicionais em suas versões *Fintechs*.

Outro fato relevante apontado por este trabalho foi observar uma possível mudança na dinâmica das agências bancárias em números absolutos, fato que levanta a hipótese de ligação com o aumento dos canais digitais com objetivos transacionais, sendo necessário a complementação dessa conclusão por novos estudos. Notou-se posteriormente que os bancos digitalizados apresentam tarifas mais atrativas para seus consumidores, o que pode ser acontecimento relevante de atração de clientes dos bancos digitalizados.

Além disso, foi feito um levantamento das principais estratégias que as instituições de capital aberto pretendem adotar diante de uma mudança de ambiente do setor bancário brasileiro.

De um modo geral, percebe-se o beneficiamento do cliente bancário brasileiro que se encontra em um ambiente mais próximo de concorrência perfeita, dado a entrada dessas novas instituições no mercado, episódio que pode ser complementado com a possível mudança institucional que talvez esse setor sofra no futuro com as transformações geradas pela tecnologia da informação.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto. **Comércio eletrônico: um Estudo no Setor Bancário**. RAC. Paraná: Vol 3, número 1, p. 47 -70, 1999.

BC analisa a relação entre spreads de taxas de juros, concorrência e concentração bancária no país, Banco Central, Brasília, 27 de Maio de 2019. Disponível em: <<http://bit.ly/2Oki8Fn>>. Acesso em: 05 de Setembro de 2019.

BESANKO, D., & BRAEUTIGAM, R.R. **Microeconomia: Uma abordagem completa**. Rio de Janeiro: LTC, 2005

BLANCHARD, Oliver. **Macroeconomia**. 4 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

Bradesco deve fechar 450 agências até 2020. Exame. São Paulo, 31 de Outubro de 2019. Disponível em: <<http://bit.ly/2OfRj4X>>. Acesso em: 20 de Novembro de 2019.

BRASIL. Lei nº 4595, de 31 de dezembro de 1964. Dispõe sobre a Política e as Instituições Monetárias. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, 31 dez. 1964.

BRONZATI, A., & NAVARRO, T. **Já estou no comando global do Santander**, São Paulo, 05 de Maio de 2019. Disponível em: <<http://bit.ly/2KRGLa7>>. Acesso em: 20 de Novembro de 2019.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ELIAS, Juliana. **O que é o spread bancário e o que ele tem a ver com os juros que você paga?**, São Paulo, 03 de Janeiro de 2019. Disponível em: <<http://bit.ly/2OH5GhJ>>. Acesso em: 10 de Setembro de 2019.

ESTRADA, Manuel. **Revista do Programa de Mestrado em Direito do UniCEUB**,

Brasília, v. 2, p. 138 – 166, jan./jun. 2005

FEBRABAN, 2019: **Pesquisa de Tecnologia Bancária**, Deloitte, São Paulo. Disponível em: < <http://bit.ly/33NEe7s>>. Acesso em: 03 de Dezembro de 2019.

Fitch Ratings, Banco Agibank S.A., 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2pP6yIR>>. Acesso em: 15 de Novembro de 2019

Formulário de Referência, Banco Santander, 2019. Disponível em: <encurtador.com.br/hxAZ2>. Acesso em: 18 de Novembro de 2019

GAMBI, Thiago; **Considerações sobre a primeira fusão de bancos no Brasil**. Leituras de Economia política, Campinas, jan./jun. 2008.

Informações Financeiras, Banco Inter, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/35C78bV>>. Acesso em: 18 de Novembro de 2019

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAPORTA, T. **Spread bancário cai em 2017, mas ainda está entre os mais altos do mundo**, 29 de Dezembro de 2017. Disponível em : <<https://glo.bo/2rmgwSi>>. Acesso em: 28 de Outubro de 2019.

MACEDO et al., **Desempenho Organizacional no Setor Bancário Brasileiro: Uma aplicação da Análise Envoltória de Dados**, Revista de Administração Mackenzie, vol. 7, núm.1, 2006, p.11-44.

MEIRELLES, Fernando. **30ª Pesquisa Anual FGVcia do Uso de TI**, FGV-EAESP, 2019. Disponível em: < <https://bit.ly/2wdxEci> >. Acesso em: 11 set. 2019.

MERRIAM, S. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

MILES, Matthew B. **Qualitative data as an attractive nuisance: the problem of analysis**. Administrative Science Quarterly. v. 24, n. 4, dez. 1979. p. 602-611. Disponível em: . Acesso em: 18 ago. 2015.

NEVES, Luís José. **Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v.1, n. 3, 1996. Disponível em: . Acesso em: 25 ago. 2015.

PACHECO, Waldemar. **A era da tecnologia da informação e comunicação e a saúde do trabalhador**. Ver. Bras. Med. Trab. Belo Horizonte: Vol 3, número 2, p. 114-22, 2005.

PLONSKI, Guilherme. **Bases para um movimento pela inovação tecnológica no Brasil**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo: Vol 19, número 1, p. 25 -33, 2005.

PNAD CONTINUA TIC 2017: **Internet chega a três em cada quatro domicílios do país**, Agência IBGE Notícias, Brasília, 20 de Dezembro de 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2qIzhiL>>. Acesso em: 25 de Outubro de 2019.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991. 362 p.

REIS, Tiago. **Como a revolução digital está mudando o setor bancário**. 2019. Disponível em: < <https://bit.ly/2lRuVD9> >. Acesso em: 11 Setembro 2019.

Relatório de Resultados, 3º trimestre de 2019, Banco Pan. Disponível em: <<http://bit.ly/35q1ycO>>. Acesso em: 13 de outubro de 2019

Relatório Integrado, Banco Itaú, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2Ojjikk>>. Acesso em: 15 de Novembro de 2019

Relatório Integrado, Bradesco, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/2qHzhj2>>. Acesso em: 18 de Novembro de 2019

Spread bancário tem mais relação com concorrência do que com concentração de mercado, diz BC, Extra, Rio de Janeiro, 27 de Maio de 2019. Disponível em: <<https://glo.bo/2XGQBRz>>. Acesso em: 05 de Setembro de 2019.

VALLE, Benjamin. **Tecnologia da informação no contexto organizacional**. Ciência da Informação, Brasília: Vol 25, número 1, 1996.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2013.

WYPLOSZ, Charles; BURDA, Christopher. **Macroeconomia: uma abordagem europeia**. 3º ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.