

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACIC
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LUCAS FERNANDES COSTA

**FINTECHS E PAGAMENTOS ELETRÔNICOS: Discurso sobre
inclusão social**

UBERLÂNDIA
NOVEMBRO 2023

LUCAS FERNANDES COSTA

**FINTECHS E PAGAMENTOS ELETRÔNICOS: Discurso sobre
inclusão social**

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**UBERLÂNDIA
NOVEMBRO 2023**

**FINTECHS E PAGAMENTOS ELETRÔNICOS: Discurso sobre
inclusão social**

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Banca de avaliação:

Prof. Dr. XXXX XXXX – UFU

Membro

Prof. Dr. XXXX XXXX – UFU

Membro

Uberlândia, 26 de novembro de 2023

RESUMO

As fintechs, ou empresas de tecnologia financeira emergiram como agentes de mudança significativa no setor financeiro global. Combinando inovação tecnológica com um profundo entendimento das necessidades financeiras dos clientes. As fintechs são empresas de tecnologia financeira que oferecem uma variedade de serviços financeiros por meio de plataformas digitais. Assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar as práticas de gestão e ações sociais realizadas por empresas do setor de fintechs em prol da inclusão social. Com isso, buscará compreender a relevância do avanço tecnológico em face das transformações substanciais que estão ocorrendo no mercado financeiro atualmente. Além disso, o trabalho analisará o papel crucial que o desenvolvimento tecnológico tem nesse contexto. Trata-se do empreendedorismo financeiro que superara complexidades e obstáculos, até chegar a um eficiente processo de reorganização de mercado frente aos novos modelos de gestão financeira. Em suma, este estudo se concentra em examinar como as fintechs estão adotando práticas de gestão e ações sociais para promover a inclusão social dos cidadãos.

Palavras-Chaves: Fintech. Inclusão social. Instituições financeiras. Tecnologia.

ABSTRACT

Fintechs, or financial technology companies, have emerged as agents of disruptive change in the global financial sector. Combining technological innovation with a deep understanding of customers' financial needs. Fintechs are financial technology companies that offer a variety of financial services through digital platforms. Therefore, the present work aims to analyze the management practices and social actions carried out by companies in the fintech sector in favor of social inclusion. With this, it will seek to understand the relevance of technological advances in light of the substantial transformations that are currently occurring in the financial market. Furthermore, the work will analyze the crucial role that technological development has in this context. This is financial entrepreneurship that overcomes complexities and obstacles, until reaching an efficient process of market reorganization in the face of new financial management models. In short, this study focuses on examining how fintechs are adopting management practices and social actions to promote the social inclusion of citizens.

Keywords: Fintech. Social inclusion. Financial Institution. Technology.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
2.1 A EXPANSÃO DOS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTOS FRENTE ÀS TRADICIONAIS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS.....	8
3 METODOLOGIA.....	15
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	16
4.1 AS FINTECHS E SUAS AÇÕES PELA INCLUSÃO SOCIAL.....	16
4.2 DISCUSSÃO DOS RESULTADO.....	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	34

1 INTRODUÇÃO

O avanço de uma nova modalidade de empresa denominada fintech, tem impactado a forma pela qual a sociedade acessa produtos e serviços financeiros, pois, permitem que pessoas com índice de exclusão financeira possam realizar transações, fazer pagamentos e acessar serviços bancários por meio de seus dispositivos eletrônicos. “Fintech nada mais é do que uma combinação de tecnologia e finanças — por isso, o nome financial technology — para oferecer soluções financeiras inovadoras” (KAORU, 2023, p. 01).

As fintechs e os meios eletrônicos de pagamento, como carteiras digitais e aplicativos de pagamento, representam uma evolução no cenário financeiro global com impactos profundos na promoção da inclusão social. Essas inovações tecnológicas, não apenas transformaram a maneira como as pessoas lidam com suas finanças, mas também abriram as portas para uma maior igualdade de acesso aos serviços financeiros. Neste discurso, será explorado como as fintechs e os meios eletrônicos de pagamento estão desempenhando seu papel na promoção da inclusão social, e na construção de um futuro financeiro mais inclusivo. Será examinado como essas tecnologias têm superado barreiras tradicionais, proporcionando maior acesso a serviços financeiros que, muitos nem imaginavam que poderiam ter acesso.

Em verdade, as fintechs conquistaram definitivamente, neste fim de milênio, um amplo espaço no âmbito nacional e internacional. Muito além de prestar serviços financeiros como ocorre com os bancos tradicionais, as fintechs passam a fazer parte do dia a dia de empresários, movimentam o mercado financeiro, sendo parte integrante de linhas de crédito, e essencialmente, tornaram capítulo fundamental da economia globalizada. Sendo assim, permeia por diferentes setores e está presente transversalmente na vida de diversos cidadãos.

Considerando a necessidade de um estudo sobre a inclusão social por meio das fintechs e dos meios eletrônicos de pagamento, questiona-se: Quais as práticas gerenciais e ações sociais realizadas por empresas do tipo fintechs em favor da inclusão social?

O presente estudo tem como enfoque investigar o papel das fintechs pela inclusão social, assunto de grande importância e muito discutido na atualidade, pois constata-se um crescimento considerável de fintechs no mercado, ao mesmo tempo que, no decorrer da pesquisa nota-se uma deficiência de literatura a respeito do assunto, que, ainda não é tão difundido. Sendo assim, necessário se faz, realizar uma comparação entre os bancos tradicionais e as fintechs, trazendo aspectos de ambos em relação a custo operacional, tecnologia, produtos e serviços oferecidos aos clientes, entre outros.

O tema escolhido se mostra relevante pela necessidade de elevar o entendimento sobre um assunto tão contemporâneo. Além disso, a pesquisa auxiliará no entendimento sobre o que são as fintechs e os meios eletrônicos de pagamento, contribuindo, ainda, com a percepção da sociedade sobre o potencial que as fintechs tem de abrir oportunidades financeiras para uma ampla gama de pessoas.

Essas inovações quebram barreiras tradicionais e constroem um sistema financeiro mais inclusivo, onde todos têm oportunidades de gerir suas finanças da forma que bem entenderem. Nesse sentido, o presente trabalho foi dividido em 3 (três) sessões. Na primeira sessão, será abordado o referencial teórico da pesquisa, demonstrando a expansão dos meios eletrônicos de pagamento frente às tradicionais instituições financeiras, destacando, ainda, os principais marcos do desenvolvimento tecnológico no setor. Na segunda sessão, será destacada a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa. Em seguida, na terceira sessão, serão apresentados os resultados da pesquisa, destacando algumas nuances sobre as fintechs e suas ações pela inclusão social, trazendo com isso, a discussão dos resultados obtidos com a pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Expansão dos Meios Eletrônicos de Pagamento Frente às Tradicionais Instituições Financeiras

Quando o assunto é expansão dos meios eletrônicos de pagamento, pode-se dizer que a primeira grande implementação foi o uso de cartões. Para o professor Senhoras (2021, p. 17) “a inovação chegou a todas as áreas sociais e econômicas. O século XX introduz novas formas de ver o dinheiro e o computar de fortunas, dando início à desmaterialização do dinheiro físico”.

Em boa parte do século XX, o pagamento significou a troca de papel moeda ou cheque, os quais eram a confirmação da transferência de posse. Até mesmo a utilização do cartão de crédito exigia que recibo de papel fosse enviado entre os bancos (REDAÇÃO, 2023).

O pagamento eletrônico teve seu início com a utilização dos cartões de crédito que se tornaram uma alternativa para os negócios ao saber com antecedência se o pagamento seria autorizado ou se a pessoa possuía crédito para honrar o compromisso, substituindo assim, os cheques que foram utilizados por décadas. É difícil imaginar a evolução da economia global sem a eminente digitalização do setor de meios de pagamentos, sendo que este movimento

ocorreu no mercado em momentos importantes ao longo da história, como a criação do Charga-Plate, precursor do cartão de crédito, utilizado pela primeira vez em 1935 (SANTOS, 2014).

Quando surgiu o primeiro cartão de crédito, ele não só aqueceu o mercado de meios de pagamentos como desencadeou um processo prático de eficiência operacional, devido à crescente modernização, fazendo com que a carteira com dinheiro fosse se tornando pouco a pouco um objeto desnecessário. Os que adotam esse meio de pagamento, defendem que inúmeras são as vantagens, como por exemplo a comodidade de não precisarem carregar dinheiro ou cheque, pois podem pagar suas compras em parcelas sem juros, e, quando a fatura chegar já disponibilizarão do dinheiro para ao pagamento (SANTOS, 2014).

Existem várias versões para o surgimento do cartão de crédito, conforme a jornalista Mary Bellis, o inventor do primeiro cartão de crédito foi John Biggins do Flatbush National Bank of Brooklyn, em Nova York, no ano de 1946. A partir de então, comerciantes podiam depositar comprovantes de venda para o banco, e o banco por sua vez, lucrava com o uso do cartão pelo cliente (SANTOS, 2014). No entanto, algumas características desse meio de pagamento veio a se desenvolver por meio da invenção de Frank McNamara, que conforme traduz o professor Elói Martins Senhoras:

Os cartões também surgiram a partir de uma necessidade, em um momento em que o mundo começara a se tornar digital. A novidade vinha de diretamente dos Estados Unidos, quando o empresário Fred McNamara, ao pagar a conta de um restaurante, percebeu que não estava de posse de dinheiro ou cheques, até então típicos meios de pagamento. No contexto deste ocorrido é que o empresário se questionou: por quais motivos um empresário como ele não poderia ter liberdade financeira gastando o que de fato pode pagar, ao invés de ficar limitado ao dinheiro que oportunamente tem no bolso? Desta forma, cerca de um ano depois, o empresário e um sócio, após reunir 27 estabelecimentos e aproximadamente 200 amigos, lançaram o “Diners Club Card” e o sucesso do projeto deu ensejo a indústria moderna dos cartões (SENHORAS, 2021, p. 04).

Assim, Santos (2014) destacam que no ano de 1950 o Diners Club introduziu seu cartão de crédito para que alguns poucos clientes fizessem um uso limitado em opções. Mas, somente em 1958 que o Bank Americard, um cartão de crédito no modelo que se conhece hoje, foi introduzido no mercado e oferecido aos clientes pelo Bank Of America, ainda como sistema proprietário. Naquela época, para se autorizar a transação, era necessária uma ligação – em torno de 4 minutos de duração – seguida pela troca, entre os bancos, de um papel de confirmação

Desse modo, variáveis dos cartões surgiram, como a função débito e outros, dispondo das linhas de crédito, “instituições começaram a introduzir benefícios ligados a estes, desde

pontos em programa de fidelidade a milhas aéreas. As ofertas são propostas com base em experimentos realizados por empresas, visando sempre novas maneiras de lucrar com o usuário” (SENHORAS, 2021, p. 18).

O Diners Club atuou no mercado sem concorrência de 1950 até 1958, quando outras empresas de crédito foram surgindo, como a American Express. Assim, por volta de 1974, após consecutivos investimentos, a VISA, fundada em 1958 e logo em seguida sua concorrente, a Mastercard, fundada em 1966, colocou em operação um sistema completamente eletrônico, reduzindo o tempo da autorização para 40 segundos e eliminando com isso, a necessidade de troca de recibo de papel. À época de seu lançamento, o cartão de crédito, nas palavras do professor Elói Martins Senhoras:

Foi o responsável por trazer ao lar de milhares de consumidores os sonhos da classe média, adquirindo as novidades do momento e conseguindo equilibrar contas do dia-dia com, inclusive, despesas não programadas. A representatividade deste novo meio de compra emergiu em um momento em que grande parte do sistema bancário se consolidava apenas por mão de obra humana, contas e poupanças se constituíam de blocos de anotações com registro a mão, mas que logo estaria para mudar (SENHORAS, 2021, p. 04).

Com o intuito de se posicionar no centro da indústria dos meios de pagamentos do futuro, as grandes instituições financeiras tradicionais começaram a atuar para entender, adaptar e escolher as parcerias ideais nesta jornada de transformação (BRUGGINK, 2016). Diante disso, buscaram alternativas de desenvolvimento econômico e tecnológico sob uma nova ótica. Em meados de 1981 surgiu a Clearing House Interbank Payments System (Chips), responsável pela transferência e liquidação de fundos para a indústria bancária. Já em 1999, surgiu um novo marco de evolução, quando foi lançado o serviço de pagamentos online, sem a presença do cartão, conhecido como PayPal. O próximo grande acontecimento no setor foi em 2003, denominado Check 21 Act, fazendo referência a mudança do sistema de autorização para o século 21, tornando desnecessária a apresentação de papel no processo, permitindo aos bancos operarem um sistema completamente digitalizado (SANTOS, 2014).

Conforme Senhoras (2021), algumas inovações são pensadas, outras são exploradas mediante um momento de crise. Adaptação foi a palavra chave para o ano de 2020, em meio a pandemia de coronavírus, quando portas de comércio, escolas e restaurantes se fecharam, forçando a introdução de novas táticas de atingir ao público. Ou seja, diante da pandemia, as cédulas e os cartões saíram de cena, abrindo espaço para a informatização de pagamentos por transferência ou aproximação, via celular, relógios ou pulseiras. Torna-se cada vez mais comum

presenciar o usuário sacar seu aparelho de celular, acionar a “carteira digital” e aproxima-lo para o pagamento, quase que de forma instantânea.

Assim, os pagamentos eletrônicos são qualquer pagamento que não se utiliza dinheiro ou cheque no formato de papel e podem ser divididos em três grandes frentes: débito, crédito à vista e crédito parcelado. O ciclo da compra é muito parecido nas três modalidades e diferem apenas quanto às datas de recebimento do valor da venda. A comodidade que esta forma de pagamento oferece, vem cada vez mais fazendo as pessoas aderirem a tais alternativas, visto que, é preciso apenas inserir alguns dados e confirmar via web, além disso, os meios de pagamentos eletrônicos vem se tornando um fato importante para o crescimento do comércio eletrônico (FIGUEIREDO, 2006).

Fato é que em nenhuma outra época necessitou-se tanto de uma ampla modernização de sistemas bancários. De acordo com Rocha (2021) professor do Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper), os pagamentos por aproximação cresceram 479% de janeiro a setembro de 2020, em comparação ao mesmo período no ano anterior, de acordo com a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs). Neste mesmo tempo de adaptações, os velhos boletos de pagamentos, foram deixados em segundo plano perante a nova tecnologia denominada Pagamento Instantâneo (PIX), de responsabilidade do Banco Central do Brasil, (Bacen), que otimizou a maneira como pagamentos e transferências são realizadas, na grande maioria das vezes, entre diferentes bancos.

Vale mencionar que as facilidades de transferências já vinham sendo trabalhadas por Startups e Fintechs, em suas plataformas digitais com operações de crédito, sendo o Nubank grande exemplo de pioneirismo nessa área (BOLZANI, 2021). Nesse aspecto, tem-se abaixo uma matéria feita por Flávia Turlan e Talita Moreira, publicada no jornal Valor Econômico sobre pagamentos digitais, onde elas traduzem que:

O avanço dos pagamentos digitais, realizados via celular e com código de imagem (QR Code), tem forçado as fabricantes de “maquininhas” de cartões a se preparar para um mundo sem o equipamento pode se tornar dispensável. Embora ainda esperem aumento das vendas dos dispositivos nos próximos anos, elas têm apostado em novos negócios e tecnologias e podem até entrar em rota de competição com os próprios clientes: as credenciadoras (TURLAN; MOREIRA, 2019, p. 02).

Entender todas as mudanças que estão ocorrendo em relação às formas de pagamento, é fundamental, para que uma empresa possa se manter alinhada com as expectativas de seus clientes e atender às suas necessidades diárias. No entanto, implicitamente a toda essa comodidade e eficiência dos meios de pagamentos eletrônicos, o seu caráter sustentável não

pode passar despercebido. Certo é que, constitui-se de importante alternativa sustentável que ao ser utilizado que reduz significativamente os danos ambientais e direciona a sociedade a um desenvolvimento sustentável (TURLAN; MOREIRA, 2019).

Na atual fase, os tipos de empresas que mais promovem o desenvolvimento econômico são aquelas que investem em alta tecnologia como informática e telecomunicações por exemplo. Ocorre que, com a expansão da internet na década de 1990, um fenômeno que cresceu de forma desenfreada foi o comércio eletrônico, tornando-se uma expressiva fonte de lucratividade que representa hoje umas das principais formas de mercado de consumo (ARAÚJO, 2003). Não restam dúvidas que o comércio eletrônico ou *e-commerce*, caminha a passos largos, sendo assim, por mais que esse seguimento de comércio cresça, é necessário um cuidado especial por parte das empresas, uma vez que, para que possam garantir o tão sonhado sucesso e conseqüentemente o lucro, devem estar sempre atentas às normas introduzidas pela legislação brasileira.

Muitos dos negócios e serviços financeiros que hoje se mostram como parte necessária da vida das pessoas, não seriam possíveis de imaginar há algum tempo atrás. Por exemplo o comércio eletrônico, que somente no Brasil faturou R\$ 44,4 bilhões em 2016 (EBIT, 2017). Assim, com o intuito de evitarem surpresas desnecessárias e desagradáveis, especialmente por parte daquele que mantém o negócio funcionando, ou seja, o consumidor, é importante que comerciantes se inteirem sobre as nuances que giram em torno do *e-commerce*.

Estes negócios e serviços são o resultado de inovações contínuas que ocorreram na área de serviços financeiros, mudando consumidores, negócios, a economia e até a sociedade, e criando a infraestrutura necessária para negócios eletrônicos (MOODYS, 2016).

Com passar dos anos, os meios eletrônicos de pagamentos mudaram significativamente a forma como os clientes pagam por seus produtos e serviços bem como, os estabelecimentos comerciais gerenciam seus negócios. Pois, ao reduzirem o tempo e o custo da transação, melhoram a eficiência no fluxo dos produtos e serviços. Os meios eletrônicos de pagamentos não são apenas convenientes e práticos, mas também ajudam a estimular o crescimento da economia através do ciclo econômico. Tanto é assim que, entre os anos de 2008 e 2012, foram estudados 56 países, que juntos somavam 93% do PIB mundial, e a conclusão foi de que o uso de meios eletrônicos de pagamentos favoreceu USD 983 bilhões no crescimento econômico global, contribuindo assim para o aumento do PIB global, em mercados emergentes com 0,8% e 0,3% em mercados desenvolvidos (MOODYS, 2016).

As transações baseadas não só em cartões assumiram uma diversidade de formatos, (quer seja em locais remotos ou face-a-face), surgiram cartões virtuais tipicamente projetados

e utilizados em transações de comércio eletrônico até carteiras digitais, sendo desenvolvidas para permitir pagamento sem cartão utilizando-se um dispositivo mobile, como smartphone, notebook, netbook, tablete, entre outros (PIMENTEL, 2016).

Apesar de destacados os principais marcos do desenvolvimento tecnológico no setor, várias inovações tecnológicas vêm ocorrendo para que os meios de pagamentos se tornem mais seguros e eficientes, reduzindo assim, riscos relacionados às transações, ampliando a inclusão financeira e reduzindo o custo dos meios de pagamentos (PIMENTEL, 2016).

No setor financeiro, as transformações também estão ocorrendo - serviços financeiros inovadores estão sendo viabilizados pela implementação de tecnologia. O setor financeiro, ligado ao movimento de empresas como PayPal e e-Bay na década de 1990, ganhou tração a partir da crise financeira em 2008 e vislumbrou nas novas tecnologias digitais a combustão suficiente para entrar no setor com as Fintechs. Diante disso, pode-se dizer que as tradicionais instituições financeiras não estão sozinhas, surgindo em paralelo à elas as chamadas Financial Technology – Fintechs. Elas são uma intersecção em constante evolução entre tecnologia e serviços financeiros.

O termo Fintech surgiu do inglês; é a contração de Financial (financeiro) e Technology (tecnologia) ou tecnologia financeira, e define as empresas que inovam através do uso da tecnologia digital para entregar produtos e serviços financeiros e competir no setor (LAVEN, 2014). Esse termo vem da união entre a área financeira e tecnológica, ou seja, são empresas que promovem inovações nos mercados financeiros, com potencial para criar novos modelos de negócios. Seguindo esse raciocínio, Vasant Dhar e Roger M. Stein, definem as fintech como:

Empresas que inovam no setor financeiro envolvendo modelos de negócios digitais para facilitar a desintermediação, revolucionar como empresas existentes criam e entregam produtos e serviços, enfrentam questões de privacidade, regulamentação e aplicação da lei, proporcionando novas oportunidades para o empreendedorismo e crescimento inclusivo (DHAR; STEIN, 2016, p. 3).

Na busca por competitividade, as fintechs ganharam notoriedade a partir de 2015. Segundo a Accenture (2016), globalmente foram investidos USD 22.3 bilhões neste tipo de empresa nesse mesmo ano, o que representa um crescimento de quase 80% comparados aos USD 12.6 bilhões investidos no ano de 2014. Há uma estimativa de que existam mais de 4 mil destas empresas, sendo que dezenas delas já têm valor de mercado superior a USD 1 bilhão (SANTOS, 2014).

Para Laven (2014) as fintechs buscam melhorar os meios eletrônicos de pagamentos em termos de velocidade. Elas criam produtos e serviços que vão além dos depósitos financeiros

(pilar estrutural do modelo de negócio tradicional e no qual a regulamentação é mais rígida), e exploram outras oportunidades deste segmento que as instituições financeiras tradicionais não trabalham em função do custo das vendas (DAROLLES, 2016).

Nesse diapasão, o professor de história comercial e gestão bancária na Universidade de Bangor, no País de Gales, Bernardo Batiz-Lazo, afirma que as fintechs se destacam por tornarem as transações mais seguras e confiáveis. A simplificação nos processos bancários também é outra vantagem das fintechs, impulsionando a inclusão social (BARBOSA, 2018).

No site do Bacen, estão elencadas várias categorias de fintechs, como as fintechs de crédito, de pagamento, de gestão financeira, de empréstimo, de investimento, de financiamento, de seguro, de negociação de dívidas, de câmbio e de multisserviços. No entanto, merecem destaque as fintechs de crédito e as fintechs de pagamento, por tratarem de duas categorias regulamentadas pelo Bacen.

As fintechs de crédito, realizam operações de crédito. São instituições financeiras que concedem e fazem a intermediação de operações de crédito. Já as fintechs de pagamento, são instituições de pagamento (IP), que podem atuar como emissora de moeda eletrônica (cartão de débito), emissora de instrumento de pagamento pós-pago (cartão de crédito) ou credenciadora (empresa que habilita estabelecimentos comerciais/prestadores de serviços para aceitarem cartões). (BARBOSA, 2018).

Ainda, conforme o Bacen, entre os benefícios oferecidos pelas fintechs estão: aumento da eficiência e concorrência no mercado de crédito; celeridade nas transações; diminuição da burocracia no acesso ao crédito; criação de condições para redução do custo do crédito; inovação; e acesso ao Sistema Financeiro Nacional (BARBOSA, 2018).

De forma mais específica, as fintechs citadas pelo Banco Central do Brasil, preveem que o futuro dos serviços financeiros caminha para ser digital e que o uso da tecnologia pode contribuir para melhorar a inclusão financeira dos cidadãos (BACEN, 2018).

As fintechs podem oferecer serviços, tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas (empresas e demais instituições). Assim, com o ambiente de negócios em transformação e imergido em tecnologias exponenciais, serão necessárias novas abordagens para explorar a incerteza e a descentralização para então prosperar (ISMAIL et. al, 2014).

Conforme Zalan e Toufaily (2017) é possível concluir, portanto, que as soluções inovadoras, resultantes do desenvolvimento tecnológico e da ampla adoção de aparelhos de celulares, estão transformando as possibilidades de evolução da experiência dos meios de pagamentos ao redor do mundo.

3 METODOLOGIA

Estudar sobre um determinado assunto proporciona um caminho para obter novos conhecimentos, principalmente quando se trata de matérias inovadoras, o que acaba por contribuir com o real progresso acadêmico. Nesse contexto, optou-se pela adoção de uma pesquisa qualitativa, descritiva, cuja técnica de pesquisa foi a documental, desenvolvida através da doutrina e artigos jurídicos publicados em revistas impressas ou eletrônicas.

Utilizou-se também a legislação brasileira, sendo possível explorar a questão tratada de uma forma objetiva, pois a pesquisa qualitativa proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema. De acordo com Flick (2009, p. 20), as pesquisas qualitativas podem ser justificadas em virtude de que “a mudança social acelerada e a consequente diversificação das esferas da vida fazem com que, cada vez mais, os pesquisadores sociais enfrentem novos contextos e perspectivas sociais”. A justificativa para a escolha da citada metodologia, gira no sentido de que através da pesquisa descritiva é possível relacionar duas ou mais variáveis na pesquisa para descrever o estudo.

Assim, a pesquisa foi feita através do levantamento de informações por meio de coleta de dados em livros, artigos jurídicos e legislações nacionais, bem como o entendimento de diversos autores acerca do tema. Houve também, uma elaboração das categorias de análise, com vistas a responder o problema e os objetivos que a pesquisa se propôs. Os dados coletados previamente serão analisados por meio da análise categorial que “consiste no desmembramento do texto em categoriais agrupadas analogicamente” (BARDIN, 2010, p. 39). A opção pela análise categorial se respalda no fato de que é a melhor alternativa quando se quer estudar valores, opiniões e atitudes através de dados qualitativos.

Nesse sentido, os aspectos (categorias) inerentes aos bancos tradicionais (Instituições financeiras com ampla gama de serviços financeiros), e às fintechs (Empresas de tecnologia financeira focadas em oferecer soluções financeiras inovadoras e digitais), avaliados (as) na apresentação dos resultados, serão a inclusão social, ensejados pelas fintechs. Demonstrando, através de um quadro, se essa argumentação é sustentada na prática e contextualizada com os resultados advindos da comparação dos dados de cada fintech.

A pesquisa se apoiou e se desenvolveu com a utilização das seguintes técnicas e instrumentos de investigação: Técnica de levantamento de dados a partir do site de cada fintech, e análise dos resultados. Os dados serão coletados dos sites de algumas fintechs mais populares no Brasil, sendo um total de 5 (cinco) empresas concebidas para avaliar as variáveis que integram a hipótese levantada, em função do problema. Trata-se de pesquisa descritiva, cujo

objetivo é descrever as práticas gerenciais e ações sociais realizadas por empresas do tipo Fintechs em favor da Inclusão Social, a partir de casos concretos. Serão utilizadas técnicas padronizadas de coleta de dados, procedendo-se, em seguida, a devida análise.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 As fintechs e suas ações pela inclusão social

A inclusão social proporcionada pelas fintechs é vista como uma questão de acesso ao sistema financeiro. Nesse sentido, Wilson (2011, p. 197–213) explana que a definição de inclusão financeira é a de “processos que possibilitam pobres e alguns grupos sociais conseguirem acessar ao sistema financeiro”. Igualmente, Carbo, Gardener e Molyneux (2007), propõem definição semelhante e associam exclusão financeira com exclusão social.

O Banco Mundial define inclusão social como o acesso de pessoas e empresas a serviços e produtos financeiros úteis e adequados que atendam às suas necessidades, como transações, pagamentos, poupança, crédito e seguro, devendo ser prestados e entregues de maneira responsável e sustentável (WASHINGTON, 2022). Assim, as fintechs entraram no mercado para “tratar questões relativas a privacidade e desafios regulatórios e legais; promover oportunidades para empreendedores e semear oportunidades para o crescimento inclusivo” (DHAR; STEIN, 2016, p. 33).

As fintechs atuam em diversos segmentos dentro do mercado financeiro, como conta bancária, crédito, pagamentos, empréstimos, entre outros. Entre as fintechs brasileiras de crédito e empréstimo, pode-se destacar a Creditas, PagoSim e Quero Quitar.

No Brasil, há diversas categorias de fintechs. Elas são regulamentadas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), através da Resolução nº 4.656, de 26 de abril de 2018, que dispõe sobre a sociedade de crédito direto (SCD) e a sociedade de empréstimo entre pessoas (SEP), e disciplina a realização de operações de empréstimo e de financiamento entre pessoas por meio de plataforma eletrônica (BRASIL, 2018). Entre as fintechs mais populares no país, destacam-se o Nubank, o PayPal, PagBank.

O Nubank é uma fintech brasileira fundada em 2013 pelo colombiano David Vélez e cofundada por Cristina Junqueira (brasileira) e Edward Wible (estadunidense). Desde então, o lema da empresa tem sido “combater a complexidade para empoderar as pessoas”, e seu primeiro produto foi um cartão de crédito gratuito que podia ser totalmente controlado por um aplicativo no celular. Seis meses após seu lançamento, o Nubank já tinha 19.000 clientes em

sua base. Nos anos seguintes, o Nubank adicionou novos produtos ao seu portfólio: em 2018 foi a vez da conta digital para pessoas físicas, e no terceiro trimestre de 2019, foi lançada a conta digital para pequenos negócios (NUBANK, 2020).

Trata-se de uma empresa inovadora que criou um aplicativo para Android e iOS (iPhone), oferecendo aos clientes amplo controle sobre o uso do cartão. Trata-se de um serviço totalmente digital, algo que, até então, era pouco comum no Brasil. O Nubank nasceu para oferecer produtos financeiros que transformam a relação das pessoas com o próprio dinheiro. No ano de 2022, o Nubank foi considerado a empresa que mais promoveu respeito aos seus consumidores no segmento Neobancos. A empresa ganhou o prêmio Diversidade em Prática. A premiação nasceu em 2022 com o objetivo de identificar, reconhecer e compartilhar boas práticas de empresas que contribuem para a construção de ambientes de trabalho mais diversos e inclusivos.

Nesse sentido, cabe destacar que 42,7% dos gestores da empresa são mulheres, sendo que 18% dos gestores são negros. Além disso, o Nubank recebeu o selo “sim à igualdade racial” da categoria “compromisso” do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), uma organização pioneira que busca apoiar a aceleração e a promoção da igualdade racial no país.

A empresa possui um programa de recrutamento específico para cargos de gerência focado em candidatos(as) negros(as) da área de Finanças e em diversas áreas da empresa. Assim, a diversidade sempre foi um dos pilares do Nubank – mas a empresa sabe que ainda tem um longo caminho pela frente para poder ser uma empresa que de fato representa a pluralidade da sociedade brasileira.

Seu compromisso é o de criar um ambiente diverso, inclusivo e de respeito, por isso, quando se trata de diversidade racial, o Nubank sabe que tem muito a se fazer. Em 2019 foi fundado o NuBlacks, um grupo de afinidade de pessoas negras para compartilhamento de experiências, acolhimento e promoção da diversidade e cultura afro. Possibilitar esse espaço ao “Nublacks” é fundamental para que a empresa possa entender como melhorar. A partir daí, começamos a abordar diversidade racial como tema prioritário e, além de apoiar as iniciativas do grupo, criamos ações institucionais para dar mais visibilidade interna e externa à questão racial (NUBANK, 2020).

No mesmo ano, foi feito em Salvador, um workshop voltado às pessoas pretas para ensinar a linguagem de programação Clojure (linguagem de programação funcional). Ainda em 2019, foi firmada uma parceria com a Reprograma, uma iniciativa de impacto social que foca em ensinar programação para mulheres cis e trans que não têm recursos e/ou oportunidades para aprender a programar.

Em 2020, mais de 60% das turmas da “Reprograma” era composta por mulheres pretas e pardas. A parceria inclui investimento ao longo de dois anos para formar e incluir mulheres negras na programação e um programa de recrutamento para selecionar entre elas novas desenvolvedoras para o Nubank. Em setembro do mesmo ano, foi lançado o “Diversidados”, curso de Ciência de Dados gratuito e exclusivo para inclusão de grupos sub representados no setor de tecnologia. O curso é uma parceria com o AfroPython, Reprograma e EducaTransforma e tem como objetivo expandir a capacitação e a inclusão nessa área.

A empresa acredita que para expandir a diversidade no país, é preciso reconhecer como o racismo estrutural opera em na sociedade e agir intencionalmente para desarmar estas armadilhas durante os processos de avaliação e aumentar o acesso de pessoas que representam diversidade em seus processos. Este é um compromisso diário, não apenas de um time específico da empresa, mas de toda a área de Recrutamento e Seleção em parceria com as áreas de negócio (NUBANK, 2020).

Um dos primeiros resultados foi um evento focado em lideranças, diversidade e inclusão – realizado totalmente online para mais de 2,6 mil colaboradores da Nubank, em agosto de 2020. Foram mais de 11 horas de programação, pensadas junto com os grupos de afinidade, que levaram temas de diversidade a todos os funcionários e lideranças do Nubank.

No Brasil, em setembro de 2021, os mais de 4 mil funcionários do Nubank se identificam como: 32% pretos ou pardos, 44% mulheres, e 27% LGBTQIA+. Desde o ano passado, nossa população de colaboradores negros cresceu em 155% e entre os grupos minorizados esse crescimento total foi de 80%, incluindo mulheres, pessoas com deficiência e pessoas LGBTQIA+. Além disso, 61% das nossas posições de liderança são ocupadas por pessoas de grupos sub-representados.

Ainda, em março de 2020, o Nubank anunciou o lançamento do “Semente Preta”, um fundo de investimentos de capital focado em apoiar negócios fundados ou liderados por pessoas negras. Esse fundo é mais um passo do Compromisso de Diversidade, e irá destinar até R\$ 1 milhão para startups brasileiras com base tecnológica que já tenham seu produto mínimo viável (MVP) validado.

Além disso, em parceria com a empresa de impacto social Alicerce Educação, foi criado em abril de 2021 um programa educacional focado na formação de 400 jovens negros e negras em situação de vulnerabilidade social na Grande São Paulo para áreas de tecnologia e experiência do cliente. Ainda sobre capacitação profissional, criou o “Nós Codamos”, programa de recrutamento focado em diversidade no mercado de engenharia de software. A Nubank anunciou, ainda, a terceira edição do “Yes, She Codes”, programa de contratação de mulheres

que trabalham na área de Engenharia de Software. A iniciativa, além de recrutar novos talentos, busca oferecer a troca de experiência entre mulheres do setor em qualquer nível de experiência e de diferentes especialidades de desenvolvimento de software.

Segundo David Vélez, CEO do Nubank, a diversidade é uma prioridade para o nosso negócio. Reconhecemos a importância de ter uma força de trabalho que reflita e valorize todos os brasileiros, assim como nossa base de clientes é um reflexo do amplo espectro de pessoas no país. Nós levamos esse trabalho muito a sério e continuaremos a ser transparentes sobre nossos esforços, reconhecendo que esse trabalho nunca estará completo. Assim como é o nosso DNA no Nubank, sempre será o primeiro dia. Ele ainda destaca o engajamento com a comunidade através de ações externas, ao frisar que a empresa tem um papel e uma responsabilidade social, e por isso também desenvolve ações em conjunto com parceiros para estender o impacto para além de sua equipe.

As ações que já pode se dividido com a população e que também já foram iniciadas são: Criação de um fundo de investimento semente em startups nacionais fundadas e/ou lideradas por empreendedores negros e negras em parceria com aceleradoras e organizações sociais, para fomentar o desenvolvimento de um ecossistema de tecnologia mais diverso; Formação de 1.000 jovens negros e negras socialmente excluídos para o mercado de trabalho com foco em habilidades fundamentais de linguagem e matemática, inglês e programação; Formação de pelo menos 250 programadoras negras para contratação pelo Nubank ou por outras empresas de tecnologia; Inclusão de critérios de diversidade na avaliação e seleção de fornecedores durante o processo de compras (VÉLEZ, 2022).

No ano de 2021, o Nubank lançou a primeira versão da página de impacto social e compromisso pela diversidade. O primeiro censo organizacional, que teve foco nas métricas relacionadas a diversidade e inclusão, realizado em novembro do referido ano. Ainda, no primeiro trimestre de 2021 foi publicado o primeiro relatório de impacto social, que passou a ser divulgado semestralmente junto com a divulgação de resultados da empresa. Por fim, vale destacar que a empresa realiza anualmente a Conferência de Liderança, Diversidade e Inclusão, para discutir o progresso frente aos seus objetivos e também o que aprendeu – tornando público e acessível o conteúdo para acelerar a mudança em outras organizações que também se comprometam com essa pauta (VÉLEZ, 2022).

Outra empresa voltada à diversidade e à inclusão, é a PayPal, empresa criada em 1998 e, hoje, tem atuação global. O PayPal é usado principalmente para transferência de dinheiro (inclusive envolvendo moedas diferentes) e pagamentos. Nesta última modalidade, o usuário pode fazer compras em lojas de comércio eletrônico, por exemplo, e usar a sua conta do PayPal

para pagar, sendo desnecessário informar o cartão de crédito. Essa informação fica restrita ao PayPal, que faz intermediação de toda a operação, protegendo o usuário de possíveis fraudes (ALECRIM, 2021).

Em janeiro de 2020, o PayPal foi nomeado pela Forbes como um dos melhores empregadores para a Diversidade, ranking que reconhece organizações que promovem uma cultura acolhedora e solidária para todos os seus colaboradores. Os vencedores foram escolhidos com base em uma pesquisa, em parceria com a Statista, que ouviu cerca de 60 mil funcionários de companhias com pelo menos mil trabalhadores. Os entrevistados falaram sobre questões demográficas e de diversidade. O PayPal foi listado ao lado de empresas como Visa, Adobe e Levi Strauss & Co, ocupando a 33ª colocação – 240 posições acima do ranking de 2019 (PAYPAL, 2023).

Ela está no Bloomberg Gender-Equality Index, lista que distingue empresas de todo o mundo que demonstram, publicamente, seu compromisso com a igualdade e o avanço da participação das mulheres no ambiente corporativo. Dan Schulman, presidente e CEO do PayPal, falou sobre esse tema durante o Fast Company Innovation Festival, no final do ano passado. Segundo ele atualmente, 50% do conselho global da empresa é formado por mulheres ou minorias étnicas; 51% dos vice-presidentes do PayPal são diversos; e, entre diretores e executivos acima dessa posição, o índice alcança 54%. Globalmente, a empresa acaba de atingir a marca de 58% de diversidade (PAYPAL, 2023).

Para completar, o PayPal também recebeu nota máxima no Human Rights Campaign's Corporate Equality Index, que exalta o extraordinário compromisso das empresas com as políticas e práticas pertinentes a lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e queer. De acordo com esse reconhecimento, o PayPal obteve uma pontuação perfeita de 100% no Índice de Igualdade Corporativa (CEI) de 2020 da Campanha de Direitos Humanos, pelo quarto ano consecutivo. Isso também levou o PayPal a ocupar uma posição de destaque na lista de Melhores Lugares para Trabalhar pela Igualdade LGBTQ.

Esses são os resultados do compromisso permanente do PayPal com a igualdade e a diversidade espalhados pelo mundo, por meio da promoção de salários igualitários, além de estratégias para atrair mais mulheres e minorias étnicas a posições de liderança na companhia (PAYPAL, 2023). A empresa afirma que a diversidade faz parte do DNA do PayPal global. Por isso, nada mais natural do que participar da 21ª Parada do Orgulho LGBT. Um grupo de funcionários do PayPal Brasil usou camisetas personalizadas para brindar a democracia, a diversidade e a inclusão, suas bandeiras desde sempre (PAYPAL, 2023).

Uma fintech, lançada em 2006, que oferece serviços de pagamento online e serviços bancários digitais, é a PagSeguro/PagBank (inificação da marca que passa a ser PagBank), conhecida pelas soluções de pagamento para comércios físicos e eletrônicos, além das lojas virtuais, possui entre seus princípios e diretrizes: Assegurar um ambiente de trabalho saudável para os profissionais, livre de qualquer forma de abuso/assédio, discriminação, intimidação ou violência; Valorização das pessoas, mantendo um ambiente de trabalho inclusivo; Programas de educação financeira para os profissionais, clientes e demais interessados; Respeito aos direitos humanos e à diversidade; Promoção de programas sociais em benefício da comunidade (BANCOSEGURO, 2022).

Em 2015, tornou-se a primeira empresa no país a vender maquininhas aos seus clientes sem cobrar aluguel, democratizando o acesso aos meios de pagamento. No final do primeiro trimestre de 2023, a empresa chega à marca de 28,7 milhões de clientes, se consolidando como o segundo maior banco digital do Brasil em número de clientes, isso representa em torno 13% da população brasileira (REDAÇÃO, 2023).

Segundo Alexandre Magnani, CEO do PagBank, dentre os produtos ofertados pela empresa, estão, cartão de crédito grátis com limite atrelado aos investimentos ou saldo em conta, empréstimos consignados, soluções de aquisição, tanto para pagamento presenciais quanto online, seguros, entre outros (REDAÇÃO, 2023).

Vê-se que o papel estratégico das fintechs, tem sido evidenciado por diversas constatações relacionadas aos produtos e serviços que oferecem. Uma síntese deste fato deriva da observação de que as fintechs se tornaram expostas a cobranças de posturas mais ativas com relação à responsabilidade sobre o desempenho de seus produtos e serviços em relação a seus clientes (BÁNKUTI, 2014).

Todos sabem que, para abrir uma conta em um banco tradicional é necessário um processo burocrático - análises de crédito e comprovações impressas, além de, em muitos casos, o pretense cliente ter de esperar a resposta por dias. Nas fintechs isso não ocorre, sendo necessário apenas que a pessoa solicite a abertura, envie fotos de alguns documentos e sua conta estará aberta e disponível em algumas horas. Em países mais pobres, muitos trabalhadores ainda recebem seus pagamentos em papel-moeda. Assim, aumentar a facilidade para receber seus salários e fazer compras e pagamentos digitalmente certamente é um incentivo para a população não bancarizada, ou seja, pessoas que não possuem contas bancárias (BARBOSA, 2018).

Em um país tão diverso e com o tamanho territorial do Brasil, apesar dos avanços econômicos, a baixa inclusão social persiste, conforme se observa em um recente relatório do Bacen, onde, analisando o índice de cidadania financeira (ICF), um indicador nacional que

engloba a inclusão e a educação financeira, este saiu de 43,3 em 2017, para apenas 45,1, em 2020 (PROPAGUE, 2023).

No Brasil, quase 60% dos que não possuem conta formal mencionam o custo de se possuir uma como causa para tal (DEMIRGUC-KUNT et al., 2018). Neste cenário em que as instituições financeiras tradicionais e as fintechs se organizam para fazer negócios, tem-se um campo fértil para a aplicação prática das abordagens estratégicas de negócios. Para se ter uma ideia, em outubro de 2021, o Google Brasil realizou uma pesquisa constatando que dentre os clientes de bancos tradicionais, apenas 55% estavam satisfeitos com os serviços recebidos. Entre os clientes de fintechs o número de satisfeitos foi de quase 80% (BELIZÁRIO, 2018).

De acordo com Gomber et al (2018), a inovação tecnológica pode vir a ter impacto significativo na inclusão social de pessoas e empresas que hoje possuem pouco ou nenhum acesso ao mercado formal de serviços bancários. Nessa linha, (BID, 2018) por meio de uma pesquisa realizada para a América Latina e o Caribe, concluiu-se que 46% das fintechs da região estariam voltadas para esse tipo de cliente.

Apesar do avanço tecnológico, em 2018, conforme uma pesquisa realizada pelo Instituto Locomotiva, existiam pelo menos 45 milhões de brasileiros adultos sem uma conta bancária. A grande maioria dessas pessoas - 86%, estavam nas classes C, D e E, sem contar com aqueles que vivem no Nordeste do país que chegam a 39%. Além disso, dentre os 45 milhões de desbancarizados, 58% não frequentaram uma escola ou estudaram até o ensino fundamental (LOCOMOTIVA, 2019).

Quem possui conta bancária em uma agência tradicional, no caso, em bancos como Itaú, Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal e Santander (BACEN, 2018), sabe que gera muitos gastos manter essa conta ativa, pois, a mesma é seguida de várias taxas para manutenção, operação, saques, e outros serviços oferecidos pelo banco. Tudo isso faz com que indivíduos que não possuem renda fixa ou possuem renda muito baixa, não vejam vantagem em possuí-la, justamente devido a esses custos, constituindo assim, um embaraço à efetiva inclusão financeira no país. Por isso a importância de refletir sobre a atuação das fintechs para identificar e quebrar essa barreira, pelo fato de estas apresentarem baixo custo operacional, conseguidos de serviços de custo adequado para todos os tipos público, mesmo para os que possuem pouquíssimos recursos financeiros.

Nas considerações de Allen et al (2016) não possuir acesso algum ao sistema financeiro tende a implicar em uma série de efeitos negativos, como a exposição a riscos por portar dinheiro físico ou a custos efetivos potencialmente maiores associados ao desconto de cheques e à dificuldade de quitar obrigações de curto prazo.

Não restam dúvidas que o distanciamento social e o pagamento do auxílio emergencial através de contas digitais aceleraram o processo de inclusão social no Brasil. Assim, a partir de 2020, com o pagamento do auxílio emergencial pelo Governo Federal, um volume adicional de pelo menos 10 milhões de pessoas de baixa renda passaram a acessar uma conta bancária, o que reduziu significativamente o contingente de desbancarizados (GARCIA, 2020). O mesmo fenômeno pôde ser constatado também em outros países, como Argentina, Colômbia, Chile, Estados Unidos, França, entre outros.

É entendido que a inclusão social é benéfica especialmente para os mais pobres por permitir-lhes dispor de ferramentas financeiras necessárias para exercer sua cidadania, ou mesmo ter alguma reserva para emergências como doenças ou desemprego (ALLEN et al., 2016). Além disso, a inclusão financeira da população surte efeitos positivos no agregado da economia ao aumentar a estabilidade econômica da população (OZILI, 2018).

Diniz, Birochi e Pozzebon (2012) ao desreverem as dificuldades que as populações de certas localidades na região amazônica enfrentam para ter acesso a serviços financeiros, em alguns casos levam doze horas de barco do centro de seus municípios de origem, sendo essa a distância a ser percorrida até a instituição financeira mais próxima, ilustram mais uma barreira à inclusão social que se faz presente no Brasil.

É intuitivo supor então que emergjam novas abordagens de consumo e utilização pela sociedade de novos produtos e serviços criados a partir das novas tecnologias, como abordagens estratégicas de pensar e fazer negócios pelos empreendedores no novo contexto tecnológico.

Fato é que a simples posse de uma conta corrente já é capaz de impulsionar a poupança e, até mesmo, o empoderamento feminino, além de aumentar a capacidade de investimento de empreendedores (ALLEN et al., 2016).

Segundo o relatório do Banco Mundial sobre serviços financeiros digitais, de abril de 2020, o acesso a serviços financeiros adequados é central para o crescimento econômico. Países com sistemas financeiros mais desenvolvidos possuem maior crescimento econômico e quedas mais acentuadas na pobreza e na desigualdade de renda. Para as pessoas mais pobres, o acesso e o uso de serviços financeiros básicos pode aumentar a renda e melhorar suas vidas, como no caso das mulheres que são especialmente beneficiadas (PAZARBASIOGLU et al., 2020).

Trazendo um entendimento sobre a pobreza, Simmel (2008) destaca que pobreza é um fenômeno sociológico único: um certo número de indivíduos, por motivos inteiramente particulares, passa a ocupar uma posição orgânica específica dentro do todo; essa posição não é determinada por condição ou destino. Assim, o que torna alguém pobre, falando sociologicamente, é o indivíduo que recebe ajuda devido a sua falta de meios.

As fintechs estão entrando neste setor através da inovação em componentes específicos da cadeia de valor das instituições financeiras tradicionais, como por exemplo empréstimos, seguros, cartões de crédito e pagamentos. A criação de soluções digitais de fácil acesso e baixo custo é um caminho para incluir populações vulneráveis que não têm acesso a serviços financeiros como contas, empréstimos e pagamentos digitais. Isto só é possível graças ao crescimento do uso de smartphones e a ampliação e barateamento das redes de dados móveis em países emergentes, como Brasil, Colômbia e Paquistão (PROPAGUE, 2021).

Conforme relata Abid Qaiyum Suleri, diretor Executivo do Sustainable Development Policy Institute, pode-se mencionar dois casos de uso da tecnologia com a participação de fintechs para distribuição de auxílio emergencial em meio à crise do COVID-19, onde, através do uso da tecnologia blockchain e mobile Money, o governo paquistanês conseguiu atingir 15 milhões de famílias (PROPAGUE, 2021).

No Brasil, por exemplo, o lançamento da conta digital “Caixa Tem” levou o auxílio emergencial a 68 milhões de pessoas, sendo que destas, 35 milhões nunca sequer tiveram uma conta bancária. Dessa forma, pode-se afirmar que soluções financeiras digitais foram ferramentas essenciais para a redução da pobreza e combate à fome (ACHUTTI, 2021).

O Bolsa Família, por exemplo, atinge quase um terço da população brasileira, 99% dos beneficiários recebem seus pagamentos de forma digital em um cartão ou em uma conta bancária (DEMIRGUC-KUNT et al., 2018) e uma parte significativa dos beneficiários obtiveram sua primeira conta bancária para receber as transferências do programa (BACEN, 2018).

Várias são as condutas adotadas pelas empresas em prol da inclusão social, e a questão dos meios eletrônicos de pagamento reflete uma dessas condutas, sendo vista como uma alternativa bastante aceita e utilizada na sociedade, pois, além de facilitar o dia a dia das pessoas, contribui também com o caráter social.

Com isso, entre as principais práticas para a inclusão social adotadas pelas fintechs, destacam-se o desenvolvimento de uma infraestrutura de qualidade e confiável para apoiar o crescimento econômico e o bem-estar humano, com foco no acesso equitativo e a preços acessíveis para todos (ACHUTTI, 2021). Isto significa que através das novas tecnologias digitais, não apenas novas soluções são introduzidas no mercado, mas também surgem potenciais candidatos a disputar espaço com as grandes instituições financeiras tradicionais nesta indústria. Nota-se que “novas práticas empresariais estão se tornando mais acessíveis a todos, acompanhando as inovações tecnológicas, em razão do alcance de um crescimento econômico (AZEVEDO, 2016, p. 63).

Constata-se que o objetivo das fintechs é, também oferecer oportunidades de inclusão social, já que as tarifas cobradas também patrocinam contas sociais, livres de custo e burocracias, e que são ofertadas para pessoas que não têm acesso ao sistema bancário, através de arranjos inclusivos em comunidades tradicionais e originárias do Brasil (SOUZA, 2020). É preciso que as empresas tenham cada vez mais consciência do seu papel na sociedade,

e isso não seria diferente em se tratando das fintechs, ou seja, participar ativamente de ações que promovam a inclusão social, é estar um passo à frente em relação às outras empresas, e, só poderão fazer isso, promovendo atividades e incentivando seus clientes a fazerem o mesmo, desenvolvendo uma percepção de que agir de forma social e responsável é mais do que apenas um dever legal, afeta positivamente os lucros e o sucesso dos negócios a longo prazo.

Imperioso ressaltar que as diferenças entre bancos tradicionais e fintechs podem variar, veja-se alguns exemplos dessas variações no quadro abaixo:

Quadro 1 – Principais diferenças entre Bancos tradicionais e Fintechs

ASPECTOS	BANCOS TRADICIONAIS	FINTECHS
Categorias	Instituições financeiras com ampla gama de serviços financeiros.	Empresas de tecnologia financeira focadas em oferecer soluções financeiras inovadoras e digitais.
Estrutura física	Agências e filiais com presença física.	Operam 100% online.
Tecnologia	Sistemas de TI obsoletos.	Tecnologia moderna e inovadora.
Custo operacional	Alto custo operacional.	Custo operacional baixo, devido, principalmente, à inexistência de agências físicas.
Atendimento ao cliente	Presencial e telefônico, tendendo a ser demorado devido às filas.	De forma online, oferecendo suporte por meio de chats e mensagens instantâneas.

Produtos e serviços	Vários produtos e serviços, como Cheque especial, Empréstimo pessoal, Cartão de crédito, Crédito consignado, Financiamento imobiliário entre outros.	Produtos financeiros digitais, como contas correntes, carteiras digitais, empréstimos, investimentos, pagamentos e transferências, seguros, etc.
Abertura de conta	Burocrática e necessidade de comparecimento à agência.	Processo de abertura de conta totalmente digital, com verificação de identidade de forma online.
Inovação e agilidade	Mais lentos na adoção de tecnologias inovadoras e na adaptação às mudanças do mercado.	Agilidade na implementação de novas tecnologias e na resposta às demandas do mercado.
Regulamentação	Sujeitos às regulamentações bancárias tradicionais como a Lei 4.595/1964, possuindo uma série de requisitos regulatórios.	São reguladas desde 2018 pelo Conselho Monetário Nacional (CMN). Resolução nº 4.656/2018.
Impostos e tarifas	Cobram tarifas para serviços como no caso de manutenção de conta corrente.	Taxas competitivas e juros menores (ou zero) a depender dos produtos/serviços, como no caso dos cartões de crédito sem tarifas e anuidade.
Acesso	Ampla rede de agências e autoatendimento (ATM), com acesso em áreas remotas.	Depende principalmente do acesso à internet, o que pode limitar a adesão de clientes conservadores.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Nesse quesito, deve ficar claro que as leis e regulamentações financeiras podem variar de um país para outro. Isso afeta, principalmente a forma como os bancos tradicionais e as fintechs operam, como por exemplo os requisitos que precisam seguir e a extensão de sua liberdade para inovar e oferecer novos produtos e serviços aos clientes. Tem ainda, a abordagem de mercado, ou seja, enquanto algumas fintechs focam em nichos de mercado

específicos, como empréstimos para pequenas empresas, outras buscam abordar um amplo modelo de negócios.

Assim, o modelo de negócios de fintechs e bancos tradicionais pode variar, pois algumas fintechs atuam como intermediários digitais, conectando clientes a serviços financeiros o que conseqüentemente geram baixos custos e taxas, tendo em vista a estrutura de tecnologia e inovação que elas oferecem. Como se vê, as fintechs, por meio de novas metodologias incrementam seu modelo de negócio e disponibilizam novos produtos e serviços, que sejam mais interessantes ao grande público. Por outro lado, o modelo de negócios dos bancos só irá se sobressair quando os bancos começarem a ofertar formas personalizadas para equacionar os problemas de seus clientes (TORRENS, 2017).

Todavia, embora a maioria das fintechs seja conhecida por sua inovação tecnológica, alguns bancos tradicionais estão adeptos a investir em atualização e sofisticação de seus sistemas, até mesmo na questão do acesso se dar apenas de forma física. Nessa perspectiva, veja algumas ações e impactos sociais produzidos por algumas das fintechs ora estudadas:

Quadro 2 – Principais ações e impactos sociais realizados pelas Fintechs

AÇÕES E IMPACTOS SOCIAIS		
Nubank	PayPal	PagBank
Lançou conta digital para pessoas físicas e pequenos negócios.	Utilizado principalmente para transferência de dinheiro (inclusive moedas diferentes) e pagamentos.	2º maior banco digital do país.
Fundou um grupo para a promoção da diversidade e da cultura afro.	Nomeado um dos melhores empregadores para a Diversidade.	Emprega 7 mil profissionais.
“Reprograma” - iniciativa para ensinar programação para mulheres cis e trans.	50% do conselho global é formado por mulheres; 51% dos vice- presidentes são diversos; Globalmente, acaba de atingir a marca de 58% de diversidade.	Lidera projetos para um mercado mais justo e diverso.

<p>Lançou um curso de Ciência de Dados gratuito, para grupos sub representados no setor de tecnologia.</p>	<p>Compromisso com políticas pertinentes a lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e queer.</p>	<p>Conduzirá projetos nas áreas de Água, Alimentos e Agricultura, Direitos Humanos e Trabalho, Energia e Clima.</p>
<p>Evento online para mais de 2,6 mil colaboradores, com foco em liderança, diversidade e inclusão.</p>	<p>Pontuação de 100% no Índice de Igualdade Corporativa de 2020, da Campanha de Direitos Humanos, pelo quarto ano consecutivo.</p>	<p>Possui o selo Women - iniciativa que reconhece empresas que possuem ao menos duas mulheres em seus Conselhos de Administração.</p>
<p>Criou um fundo de investimentos de capital para apoiar negócios fundados/liderados por negros.</p>	<p>Destaque na lista de melhores lugares para trabalhar pela igualdade LGBTQ.</p>	<p>Possui transparência, ética, respeito à privacidade e segurança da informação.</p>
<p>Criou um programa educacional para a formação de 400 jovens negros em situação de vulnerabilidade social na Grande São Paulo para áreas de tecnologia.</p>		<p>Preza pela construção de um ambiente de trabalho inclusivo – livre de assédios de qualquer natureza (seja sexual ou moral) e discriminação ou preconceitos de baseado em raça, cor, religião, gênero, orientação sexual e outros.</p>

Lançou um programa de recrutamento focado em diversidade no mercado de engenharia de software.		
Campeão em contratação de mulheres da área de Engenharia de Software.		

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Hoje, o fenômeno das fintechs se dá de forma global. Elas elevam a importância para a economia doméstica. Assim como em todo o mundo, no Brasil poderão contribuir com a reorganização dos modelos de negócio (BARBOSA, 2018).

No Brasil, as fintechs, trazem uma ampla abrangência de ações. As ações e os impactos sociais causados pelas fintechs podem ser observados por meio da colaboração dos cidadãos. As fintechs são idealizadoras como iniciantes do ramo, nasceram por meio da difusão e expansão dos aparelhos celulares inteligentes e da modernização das manufaturas e das atividades rentáveis. Tornaram-se a tendência da era digital, a reconsiderar métodos antigos em prol do efetivo contato com o cliente, buscando na realidade atender suas expectativas de forma célere e eficaz (MOMPEAN, 2016).

Pode-se dizer que as fintechs, por estarem iniciando, enfrentam problemas graves. Um dos principais problemas é a complexidade em arrecadar fundos, sendo considerado fator de grande importância na competição com as instituições bancárias. Assim, as fintechs necessitam de um capital inicial maior para conseguirem se consolidar. Além de promoverem a valorização cada vez maior da sociedade que utilizam seus serviços (LOPES; ZILBER, 2017).

Elas precisam estar aptas a resolver problemas ao mesmo tempo que se preocupam com a proteção de informações de seus clientes em meio à era digital, pois, com a agilidade do acesso aos meios de tecnologia, a importância de ferramentas que possibilitem inovações em todos os setores da economia se faz necessária. E, as fintechs mostram-se como protagonistas para o desenvolvimento desse novo modelo de comércio que antes era estabelecido apenas pelas instituições bancárias e pelas instituições financeiras.

4.2 Discussão dos Resultados

As tradicionais instituições financeiras e as fintechs atuam como agentes da mudança no setor de meios eletrônicos de pagamentos. As fintechs, com suas iniciativas inovadoras, buscam competir pelas oportunidades do setor, enquanto que as instituições financeiras tentam se manter relevantes diante deste novo cenário já consolidado (LAVEN, 2014).

Como destacado, as fintechs são empresas que empregam novas tecnologias para oferecer produtos e serviços financeiros utilizando principalmente os canais digitais. Com foco em solucionar problemas e melhorar a experiência do usuário, as fintechs têm um impacto positivo em melhorar o acesso a serviços financeiros, reduzir custos, gerar eficiência e competitividade no setor financeiro (ACHUTTI, 2021).

Porém, o simples acesso, entretanto, não configura por si só inclusão financeira (SIDDIK; KABIRAJ, 2018). Conforme Nelly Ramirez, vice-presidente da Fundación Capital “é preciso fazer com que a tecnologia de fato alcance a população-alvo e não se restrinja àqueles que já estão inseridos no mundo digital” (PROPAGUE, 2021).

Conforme o temática dos critérios social e governamental ganham relevo; é viável questionar-se como as fintechs, especificamente, as brasileiras, podem gerar a inclusão social e consequentemente contribuir para a proteção do meio ambiente. Fica claro que as novas tecnologias vêm promovendo mudanças na sociedade e nos negócios, sem falar no meio ambiente, conectando pessoas e dispositivos, e adotando uma massiva mola propulsora do barateamento do acesso à essas novas tecnologias.

Um estudo do Instituto Global McKinsey, menciona que ainda existem 2 bilhões de pessoas e 200 milhões de micro, pequenas e médias empresas em economias emergentes sem acesso à poupança e ao crédito. Mesmo aqueles com acesso devem muitas vezes pagar altas taxas por uma gama limitada de produtos. O crescimento econômico sofre. Mas uma solução está certa nas mãos das pessoas: um celular (FEBRABAN TECH, 2018).

Ficou claro, como as fintechs têm agregado valor no avanço da inclusão social. Assim, mais uma vez, Laven (2014) afirma que, as Fintechs ao adotarem diferentes estratégias e modelos de negócios enxutos, otimizam um componente específico da cadeia de valor financeira, pois, buscam levar os meios eletrônicos de pagamentos a um nível mais alto em termos de velocidade, conveniência, eficiência e acessibilidade, tornando os serviços mais baratos, seguros, além de acessíveis àqueles excluídos financeiramente, elas pretendem modificar o panorama de meios eletrônicos de pagamentos de maneira global.

Nesse aspecto, Fernando Gavronski Guimarães, advogado do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), explica que as fintechs, além de serem empresas que oferecem soluções inovadoras e movimentar o mundo dos negócios, elas adotam práticas como inclusão social (redução da desbancarização e aumento do acesso ao crédito), principalmente para as pequenas e médias empresas; melhoram na gestão de riscos, considerando a análise de dados dos clientes; aumentam a competitividade entre os agentes econômicos do setor financeiro; reduzem os juros praticado pelo mercado; descentralizam o capital e implementam um sistema financeiro mais eficiente, acessível e menos vulnerável, além de gerarem perspectivas de o país canalizar recursos disponíveis (públicos e privados) para o financiamento do desenvolvimento sustentável, gerando eficiência energética e energias renováveis. Geram ainda, fundos de caridade e assistência; moedas sociais e um espaço para atuação dos bancos em desenvolvimento e agências de fomento, e, por fim, gera confiança, certificação e capacidade de suportar eventual ônus financeiro (GUIMARÃES, 2019).

Fato é que na cadeia de consumo, os clientes confiam nas empresas que exigem de seus parceiros comerciais investimentos em programas sociais para continuarem a relação comercial com estas empresas. Esta é uma das razões que, em cadeia, faz com que diferentes empresas e empreendedores invistam cada vez mais em programas sociais. Por fim, salienta-se que a pesquisa se faz relevante por trazer assuntos inovadores, além de contribuir por levar informações e ampliar os conhecimentos concebidos sobre as fintechs e seus novos produtos e serviços, do mesmo modo, contribui, também, como forma de esclarecer e encorajar as empresas à criarem novos modelos de negócios, maximizando sua produtividade em diversos setores da economia, assim como aquecer as formas de competição de mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um planeta globalizado, necessário se faz ter um bom mecanismo econômico que possa atender as linhas de ações empresariais e governamentais. Assim, as fintechs vêm desenvolvendo soluções financeiras inovadoras e acessíveis que atendem as necessidades de diversos públicos. A partir desse contexto, o presente trabalho se propôs a analisar, as ações que essas empresas estão tomando para reduzir as dificuldades de acesso a contas bancárias e consequentemente fomentar a inclusão social.

Viu-se que as fintechs, por meio de aplicativos e plataformas online, têm democratizado o acesso a serviços financeiros. Mesmo em regiões desprovidas de infraestrutura bancária, as pessoas podem usar seus aparelhos eletrônicos, como celular e computador, para realizar

transações financeiras, abrir contas bancárias e acessar crédito. Isso amplia significativamente o alcance dos serviços financeiros, atendendo a necessidades de diversos públicos.

Contatou-se que os pagamentos eletrônicos são qualquer pagamento que não se utiliza dinheiro ou cheque no formato de papel e podem ser divididos em três grandes frentes: débito, crédito à vista e crédito parcelado. Constatou-se, ainda, que no Brasil, existem várias categorias de fintechs, reguladas pelo CMN, através da Resolução nº 4.656, de 2018, e que no site do Bacen, estão elencadas várias categorias de fintechs, como as fintechs de crédito, de pagamento, de gestão financeira, de empréstimo, de investimento, de financiamento, de seguro, de negociação de dívidas, de câmbio e de multisserviços. Contudo, as fintechs de crédito e as fintechs de pagamento, são as duas categorias regulamentadas pelo Bacen.

Outrossim, destacou-se que as fintechs estão concentradas em oferecer soluções para pessoas não bancarizadas, ou seja, que não têm acesso a contas bancárias tradicionais. Com a ajuda das fintechs, essas pessoas podem realizar transações financeiras, economizar dinheiro e até mesmo construir históricos de crédito, abrindo oportunidades econômicas de forma simples e conveniente como os meios eletrônicos de pagamento, as carteiras digitais e os aplicativos de pagamento.

Destacou-se que para abrir uma conta em um banco tradicional é necessário um processo burocrático, que incluem análises de crédito e comprovações impressas. Porém, nas fintechs isso não acontece, sendo necessário apenas que a pessoa solicite a abertura, envie fotos de alguns documentos e sua conta estará aberta em algumas horas.

Quem possui conta bancária em uma agência tradicional, sabe que gera muitos gastos para conseguir mantê-la ativa, pois, a mesma é seguida de taxas de manutenção, operação, saques, entre outros serviços oferecidos pelo banco. Por isso a importância de refletir sobre a atuação das fintechs para identificar e quebrar essa barreira, pelo fato de estas apresentarem baixo custo operacional, conseguidos de serviços de custo adequado para todos os tipos público.

Foi destacado que entre as fintechs mais populares no país, estão: o Nubank, o PayPal, a PagBank. Com base no que foi pesquisado e adentrando no problema formulado para a presente pesquisa, ao analisar as práticas gerenciais e ações sociais realizadas por empresas do tipo fintechs em favor da Inclusão Social, restou claro que todas, pegando como parâmetro algumas das citadas acima, buscam promover a diversidade, a inclusão e a igualdade racial, com a criação de cursos eventos e programas educacionais para os cidadãos que não possuem condições financeiras para se aprimorarem na área da tecnologia, além de possuírem uma equipe de trabalho diversificada sem distinção de raça, etnia ou religião.

Em conclusão e visando explicar os obstáculos encontrados na realização do presente estudo, destaca-se em primeiro lugar, a novidade do tema em análise, já que ainda não há uma categórica publicação de obras sobre o assunto. Acredita-se com isso que, pode ser necessária uma pesquisa de campo direcionada aos processos realizados no âmbito das fintechs, objetivando, assim, a observação de fatos e fenômenos de maneira real e profunda da realidade a ser investigada.

A pesquisa limitou-se às principais fintechs de destaque no Brasil. Diante do escopo, o autor sugere novas pesquisas para delinear essa gama de conhecimento, que, só poderá ser adquirida de forma aprofundada através de coleta de dados disponibilizados por representantes das referidas fintechs, podendo estes colaborar de forma efetiva para a abrangência da pesquisa.

Assim, reconhece-se que as fintechs gozam de significativos impactos no sistema financeiro brasileiro, contudo, muitos cidadãos não conhecem quase nada sobre o assunto, sendo uma aposta primordial para elevar a transparência, eficiência e qualidade das fintechs, a divulgação de sua implementação de forma oportuna às pessoas que precisam de seus produtos e serviços para gerirem suas finanças.

REFERÊNCIAS

- ACHUTTI, Camila. **O papel das fintechs no desenvolvimento sustentável**. 2021. Disponível em: <https://institutopropague.org/cidadania-financeira/fintechs-e-o-papel-no-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- ALECRIM, Emerson. **O que é fintech? conceito, tipos e exemplos**. 2021. Disponível em: <https://www.infowester.com/fintech.php>. Acesso em: 27 jan. 2023
- ALLEN, Franklin; et al. **Os fundamentos da inclusão financeira: Compreendendo a propriedade e o uso de contas formais**. 2016. Disponível em: https://econpapers.repec.org/article/eejfinin/v_3a27_3ay_3a2016_3ai_3ac_3ap_3a1-30.htm. Acesso em: 02 abr. 2023.
- ARAÚJO, Michele Silva. **Comércio eletrônico: evolução e perspectiva**. 2003. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9307/1/9967131.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2023.
- AZEVEDO Ingrid; et al. Análise das Incubadoras Universitárias do Brasil. In: 26ª. Conferência Anprotec, Fortaleza, 2016. Disponível em: <https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2018/05/HABITATS-DE-INOVACAO-conceito-e-pratica.pdf>. Acesso em: 05 nov de 2022
- BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). **Relatório de Cidadania Financeira 2018**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/Nor/relcidfin/index.html>. Acesso em: 02 abr. 2023.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (BID). **Fintech América Latina 2018: Crescimento e Consolidação**. Disponível em: <https://publications.iadb.org/pt/fintech-america-latina-2018-crescimento-e-consolidacao>. Acesso em: 02 abr. 2023.
- BANCO SEGURO S.A. **Política de Responsabilidade Socioambiental**. 2022. Disponível em: https://assets.pageseguro.com.br/ps-open-documents/regulatory-investments/POLBS_Socioambiental.pdf. Acesso em: 09 out. 2023.
- BÁNKUTI, Sandra Mara Schiavi; BÁNKUTI, Ferenc Istvan. **Gestão ambiental e estratégia empresarial: um estudo em uma empresa de cosméticos no Brasil**. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/Yxw3nmZqQk4vkvdxBbwtbYr/?lang=pt>. Acesso em: 03 abr. 2023.
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARBOSA, Roberto Rodrigues. **Fintechs: A atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro**. 2018. 129 p. Dissertação (Mestrado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração. Escola de Administração. UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2018
- BARDIN, Laurence. **L'Analyse de contenu**. Editora: Presses Universitaires de France, 2010.

BELIZÁRIO, Jefferson. **Pesquisa aponta que clientes de fintechs estão mais satisfeitos com serviços financeiros.** Disponível em: <https://www.tudocelular.com/curiosidade/noticias/n134102/pesquisa-google-revela-satisfacao-fintechs-bancos.html>. Acesso em: 03 out. 2023.

BOLZANI, Isabela. **Evolução das formas de pagamento exige aporte em segurança.** Folha de São Paulo, São Paulo, 30 de janeiro de 2021.

BRUGGINK, Diederik. **How FinTech is transforming the way money moves around the world.** Journal of Payments Strategy & Systems. Vol. 10, N° 1, 2016.

CARBO, Santiago; JARDINEIRO, Eduardo PM; MOLYNEUX, Philip. **Exclusão Financeira na Europa.** 2007. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9302.2007.00551.x>. Acesso em: 03 abr. 2023.

DAROLLES, S. **The rise of fintechs and their regulation.** Financial Stability Review, v. 20, p. 85-92, 2016.

DEMIRGUC-KUNT, Asli; et al. **O banco de dados Global Findex 2014: medindo a inclusão financeira em todo o mundo.** 2018. Disponível em: <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/1813-9450-7255>. Acesso em: 03 abr. 2023.

DHAR, Vasant; STEIN, Roger M. **Fintech Platforms and Strategy.** MIT Sloan School of Management. 2016. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2892098. Acesso em: 02 abr. 2023.

DINIZ, Eduardo Henrique; BIROCHI, Renê; POZZEBON, Marlei. **Gatilhos e barreiras para a inclusão financeira: o uso de agências bancárias baseadas em TIC em um município da Amazônia.** 2012. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/23293>. Acesso em: 03 abr. 2023.

EBIT. **E-commerce fatura R\$ 44,4 bilhões em 2016, com alta de 7,4%.** 2017. Disponível em: <https://www.profissionaldeecommerce.com.br/webshoppers-35/>. Acesso em: 03 dez. 2022.

FEBRABAN TECH. **Economia verde e finanças digitais promovem inclusão.** 2018. Disponível em: <https://febrabantech.febraban.org.br/temas/educacao/economia-verde-e-financas-digitais-promovem-inclusao>. Acesso em: 25 fev. 2023.

FIGUEIREDO, **A Evolução do Sistema de Pagamentos Brasileiro e o Desaparecimento do Cheque: Realidade ou Exagero?** 2006. Ibmec São Paulo, 2006.

FINTECHS BRASIL. **Ativistas lançam primeira fintech brasileira orientada por ESG, o Impact Bank.** Disponível em: <https://fintechsbrasil.com.br/2020/10/07/ativistas-lancam-primeira-fintech-brasileira-orientada-por-esg/>. Acesso em: 23 fev. 2023.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** São Paulo: Artmed, 2009.

GARCIA, Larissa. **Pandemia leva à bancarização de quase 10 milhões de pessoas.** 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/10/pandemia-leva-a-bancarizacao-de-quase-10-milhoes-de-pessoas.shtml>. Acesso em: 23 fev. 2023.

GOMBER, Peter; et al. **Edição Especial: Sistemas de Informação Financeira e a Revolução Fintech.** (2018). Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/07421222.2018.1440778>. Acesso em: 02 abr. 2023.

GUIMARÃES, Fernando Gavronski. **Fintech para o desenvolvimento sustentável.** 2019. Disponível em: <https://labinovacaofinanceira.com/wp-content/uploads/2019/08/9-BRDE-Fernando-Gavronski-%E2%80%93-Parcerias-entre-Fintechs-e-Instituic%C3%A7%C3%B5es-Pu%C3%Blicas.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2023.

ISMAIL, Salim; MALONE, Michael S.; DIAMANDIS, Peter H.; GEEST, Yuri Van. **Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper Than Yours (and what to Do about It).** Diversion Books, 2014.

KAORU, Thâmara. **Fintechs: entenda o que são, onde atuam e impactos no mercado.** 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/fintechs-o-que-sao-e-onde-atuam/>. Acesso em: 22 nov. 2023.

LAVEN, Mike. **Money evolution: How the shift from analogue to digital is transforming financial services.** Journal of Payments Strategy & Systems. Vol. 7, No. 4, 2014.

LOCOMOTIVA, Instituto. **Um em cada três brasileiros não tem conta em banco, mostra pesquisa Locomotiva.** 2019. Acesso em: <https://ilocomotiva.com.br/clipping/um-em-cada-tres-brasileiros-nao-tem-conta-em-banco-mostra-pesquisa-locomotiva/>. Disponível em: 22 fev. 2023.

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

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

MOODY'S ANALYTICS. **The Impact of Electronic Payments on Economic Growth.** 2016. Disponível em: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/download/visaeverywhere/global-impact/impact-of-electronic-payments-on-economic-growth.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2022.

NUBANK. **Tenha N possibilidades de produtos para N possibilidades na vida.** 2020. Disponível em: <https://nubank.com.br/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

OZILI, Peterson K. **Impacto das finanças digitais na inclusão e estabilidade financeira.** 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845017301503>. Acesso em: 02 abr. 2023.

PAYPAL, **PayPal faz hat trick de diversidade, inclusão e direitos humanos.** 2023. Disponível em: <https://newsroom.br.paypal-corp.com/PayPal-faz-hat-trick-de-diversidade-inclusao-e-direitos-humanos>. Acesso em: 02 maio 2023

PAZARBASIOGLU, Ceyla; MORA, Alfonso Garcia; UTTAMCHANDANI, Mahesh; et al. **Digital Financial Services**. World Bank, 2020.

PIMENTEL, RUI. **Integration and modernisation of retail payments in Europe: Barriers and challenges**. Journal of Payments Strategy & Systems. Vol. 10, No. 1, 2016.

PROPAGUE, Instituto. **Inteligência artificial no setor financeiro e o impacto na inclusão financeira**. 2021. Disponível em: <https://institutopropague.org/tecnologia-e-dados/inteligencia-artificial-no-setor-financeiro-e-o-impacto-na-inclusao-financeira/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

REDAÇÃO. **PagBank PagSeguro anuncia reposicionamento de marca**. 2023. Disponível em: <https://mercadoconsumo.com.br/27/05/2023/meios-de-pagamento/pagbank-pagseguro-anuncia-reposicionamento-de-marca/>. Acesso em: 09 out. 2023.

ROCHA, Ricardo Humberto. **Pesquisa e conhecimento**. 2021. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/pesquisa-e-conhecimento/docentes-pesquisadores/ricardo-humberto-rocha/>. Acesso em: 03 dez. 2022.

SANTOS, Edson Luiz dos. **Do escambo à inclusão financeira**. 2014. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Do_escambo_%C3%A0_inclus%C3%A3o_financeira/cS0NEAAAQBAJ?hl=pt. Acesso em: 09 jan. 2023.

SENHORAS, Elói Martins. **Economia: globalização e desenvolvimento – Ponta Grossa - PR: Atena**, 2021.

SIDDIK, Md. Nur Alam; Sajal. KABIRAJ. **A Inclusão Financeira Induz à Estabilidade Financeira? Evidências da análise entre países**. 2018. Disponível em: <https://ro.uow.edu.au/aabfj/vol12/iss1/3/>. Acesso em: 03 abr. 2023.

SIMMEL, Georg. **Sociologia da pobreza**. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/QgWzN8Fpp6knRHRwF4Ktq6c/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

SOUSA, Mileide, **Fintech: o que é e quais são as 7 maiores do Brasil?**. 2020. Disponível em: <https://www.facilite.co/fintech-o-que-e-e-quais-sao-as-7-maiores-do-brasil/>. Acesso em: 27 jan. 2023

TORRENS, Marc. **Serviços bancários em inovação por meio de dados**. In: CHISHTI, Susanne; BARBERIS, Janos. (Coord.). **A revolução Fintech: O manual das startups financeiras**. p. 232- 234. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

TURLAN, Flávia. MOREIRA, Talita. **Fabricantes se preparam para pagamento sem maquininhas**. Jornal Valor Econômico. Caderno Finanças. 2019.

VÉLEZ, David. **Nubank trouxe mais inclusão e educação financeira para brasileiros, aponta relatório**. 2022. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/nubank-inclusao-financeira-relatorio/>. Acesso em: 02 maio 2023.

WASHINGTON, D. C. **Inclusão financeira: A inclusão financeira é um facilitador essencial para reduzir a pobreza e aumentar a prosperidade.** 2022. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview#1>. Acesso em: 23 fev. 2023.

WILSON, Therese. **Apoiando empresas sociais para apoiar consumidores vulneráveis: o exemplo de instituições financeiras de desenvolvimento comunitário e exclusão financeira.** 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/257552183_Supporting_Social_Enterprises_to_Support_Vulnerable_Consumers_The_Example_of_Community_Development_Finance_Institutions_and_Financial_Exclusion. Acesso em: 03 abr. 2023.

ZALAN, Tatiana; TOUFAILY, Elissar. **The Promise of Fintech in Emerging Markets: Not as Disruptive.** 2017. Disponível em: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/195501/1/1029213224.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2023.