



UNIFEOb

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

MARKETING

PROJETO INTEGRADO

OS QUATRO “P”s DE MARKETING

<**BANCO INTER S/A**>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2021

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
OS QUATRO “P”s DE MARKETING
<BANCO INTER S/A>

MÓDULO GESTÃO DE MARKETING

ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO
– PROF. MARCELO ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

LEANDRO FERREIRA, RA 1012021200290

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
2.1 Banco Intermedium e sua História	3
2.2 A Evolução do Banco Digital Intermedium para o Banco Inter	6
3. PROJETO INTEGRADO	8
3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO	8
3.1.1 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	9
3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO	13
3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING	19
3.2.1 OS QUATRO “P”s DE MARKETING	20
3.2.2 ESTUDO DE CASO	22
4. CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

A moeda é um dos principais artifícios de trocas por produtos e serviços na atualidade. Com o decorrer dos anos a necessidade de guarda e também para a conquista de ganhos se fez necessária a criação de bancos, da qual, são responsáveis pela remuneração para que o cliente deixe aplicado seu dinheiro e desta forma intermediar as melhores formas de conquistar mais rendimentos.

Os bancos tradicionais iniciaram as suas operações no século XV em Gênova, sendo que no início era uma local para troca de moedas, posteriormente, eram utilizados para a guarda de jóias e objetos de valor e por fim, tornaram-se lugares para investimento. Porém, todas as atividades de um banco tradicional eram realizadas presencialmente, dificultando o acesso a todas pessoas. No Brasil, a burocracia bancária é uma das mais relevantes no mundo atual, trazendo dificuldades até mesmo para abertura de contas correntes.

Observando essas deficiências dos bancos tradicionais, surgiram as Fintechs, ou seja, empresas digitais que atuam no mesmo segmento que os bancos tradicionais, porém, de forma eletrônica. O objeto de pesquisa deste trabalho é Banco Inter, pois, atuou como um banco tradicional, mas, com o passar dos anos se solidificou como um banco digital. O Banco Intermedium, nome original, se tornou o primeiro Banco 100% digital do Brasil.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

2.1 Banco Intermedium e sua História

A origem da Intermedium iniciou em 1994 como uma Financeira, ou seja, um segmento para compra e venda de investimentos e também para conceder créditos a pessoas para a aquisição de imóveis no Estado de Minas Gerais, da qual, atuava no setor imobiliário, devido seus fundadores serem da família Menin, proprietários do Grupo MRV.

Com a consolidação da venda de imóveis em Minas Gerais pela MRV e com projetos de expansão, nasceu então a Intermedium Financeira CFI, com intuito de projetar, vender e principalmente realizar operações de Crédito Imobilizado do próprio Grupo MRV, mas, as operações foram alteradas devido ao sucesso da nova Marca Intermedium Financeira para as operações de Crédito Consignado e Middle Market.

O Crédito Consignado foi uma das principais operações da Intermedium Financeira, da qual, conseguiu diversas parcerias para a realização destes créditos. Os créditos consignados são operações que descontam diretamente da folha de pagamento dos funcionários das organizações empresariais, sendo assim, possíveis de realizar créditos com baixas taxas de juros, além de, garantia de recebimentos para a organização que concede o crédito, mas, para que isso aconteça a organização empresária necessita firmar uma parceria junto a empresa de crédito.

Devido às baixas taxas de juros, as operações de crédito consignado foram fundamentais para o crescimento e consolidação da Intermedium Financeira, além de ser uma grande novidade no mercado financeiro estas modalidades de créditos, que até então eram praticadas por poucas organizações financeiras na década de 1990. As operações de *Middle Market*, ou seja, o atendimento de grandes corporações empresariais, foi uma das novidades para aquele momento no setor financeiro, pois concederam um atendimento especializado para as corporações parceiras.

Um das vantagens em atender as grandes corporações está relacionada ao processo de geração de empregos, pois estas empregam muitos funcionários, consequentemente, aumentando o processo de abertura de contas e também na concessão de novos créditos consignados e também para a concessão de créditos imobiliários.

Com o crescimento da Intermedium Financeira e com as novas operações entrantes no mercado, passou-se a chamar Banco Intermedium, da qual, inicialmente, tratava-se de um banco tradicional que com o passar dos anos passou por um processo de reformulação de suas estratégias operacionais. O quadro 01 apresenta partes da história do Banco Intermedium.

Quadro 01 - Crescimento do Banco Intermedium

Em 1994 fomos fundados em Belo Horizonte, MG, com o título de Intermedium Financeira e pertencentes ao grupo econômico da MRV Engenharia S.A. Começamos nossas operações de Crédito Empresas em 1999 e em 2001 as operações de Crédito Consignado.
Em 2002 deixamos de fazer parte do grupo econômico da MRV Engenharia S.A.
A partir de 2007 começamos a operar no segmento de Crédito Imobiliário.
Em 2008 tivemos o primeiro marco em nossa história: nos foi concedida a licença de banco múltiplo pelo Banco Central do Brasil.
Em 2012 iniciamos a formação do Grupo Inter com a Inter Seguros. Por meio da corretora, passamos a oferecer uma ampla carteira de seguros aos nossos clientes.
No ano seguinte, em 2013 , a Inter DTVM passou a compor o Grupo Inter. Nossa distribuidora foi autorizada pelo Banco Central do Brasil e credenciada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) para operar em diferentes ramos e é também aderente ao Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas de Fundos de Investimento.
Ao longo de 20 anos , crescemos e alcançamos inúmeras conquistas com o nome Intermedium. Nessa trajetória, mudamos muito: de financeira para banco, de regional para nacional, de crédito para serviços múltiplos.

Fonte: Banco Inter (2019)

O Banco Intermedium iniciou suas atividades como uma financeira que após os anos foi evoluindo, tornando-se um banco tradicional que realizava parceria com empresas como sua principal carteira de clientes. Inicialmente, atendia clientes da própria MRV Engenharia e após clientes de outras organizações com a concessão de créditos, isto no ano de 1999. E para ampliar os negócios no ano de 2001 iniciou o processo de concessão de créditos consignados aos trabalhadores das empresas parceiras. No ano de 2007 a Intermedium iniciou a trabalhar com os créditos imobiliários, exatamente, para atender os clientes já existentes desde o processo de sua abertura pelo Grupo MRV, da qual deixou de fazer parte no ano de 2002.

Com o advento da concessão pelo Banco Central de título de banco múltiplo, o Banco Intermedium pode aumentar a sua gama de serviços prestados a seus usuários. Isto decorrente do processo de modernização de atividades e crescente número de clientes. A concessão do título de bancos múltiplos é um dos mais importantes no

segmento financeiro, pois, assim, pode se abrir novos serviços, conseqüentemente, aumentando o faturamento das organizações financeiras.

Já no ano de 2012 com a criação da Inter Seguro, foi possível a concessão de vários modelos de seguros aos clientes, pode ser citados os seguros veiculares, seguros de vida e prediais, naquele momento, uma grande novidade para os clientes já correntistas do Banco Intermedium. Já em 2013 com a Inter DTVM foi possível atuar como corretora no mercado de investimentos, da qual, resultou um grande crescimento no Banco Intermedium, pois, novos investidores vieram compor a nova clientela. Até o ano de 2015 o Banco Intermedium atuou no segmento de bancos tradicionais.

2.2 A Evolução do Banco Digital Intermedium para o Banco Inter

O Banco Intermedium no ano de 2015 lançou a conta digital, da qual, se tornou o primeiro brasileiro 100% digital. Em 2017 ocorreu o reposicionamento da Marca Banco Intermedium para Banco Inter. O novo nome reflete a evolução do negócio e do mercado, da qual, foi encerrado o ano de 2017 com mais de 370 mil correntistas digitais. No início de 2018 os servidores foram migrados para a Amazon Web Services (AWS) e tornou-se o primeiro banco da América Latina a operar em nuvem. Neste mesmo ano iniciou a venda de suas ações na Bolsa de Valores. Em junho de 2019 foi realizada uma parceria com a Wiz Soluções para atuação na venda de seguridade. Em julho de 2019 foi realizada uma oferta subsequente de ações (follow-on), da qual foi captado mais de R\$1,2 bilhão e trouxe-se um importante investidor estratégico: o SoftBank. O quadro 2 mostra um pouco da evolução em números a partir de 2016.

Quadro 2 - Evolução do Banco Intermedium no ano de 2016

<p>O Banco Intermedium, única instituição financeira a oferecer conta corrente totalmente gratuita e uma das pioneiras na modalidade digital no Brasil, encerrou o ano de 2016 com lucro líquido de R\$ 25,5 milhões. Apesar do resultado ter sido menor do que no ano anterior (20,4%), em virtude do ambiente econômico, evolução da taxa Selic e aumento de provisão para devedores, o banco registrou expressivo crescimento na carteira de crédito imobiliário e na base de correntistas digitais.</p>
<p>A Conta Digital Intermedium ultrapassou 80 mil correntistas ao final do ano, incremento de 599% em relação a dezembro de 2015. Somente no mês de dezembro foram abertas 12 mil contas, com picos que ultrapassaram 1.000 novas contas abertas por dia. No segundo semestre de 2016, o número de transações realizadas via Conta Digital Intermedium cresceu 270%, totalizando 308,2 mil transações realizadas apenas no mês de dezembro.</p>
<p>Já as operações totais de crédito somaram R\$ 2,3 bilhões no encerramento do ano, um aumento de 10,3% nos últimos 12 meses. O segmento de Crédito Imobiliário, que representa 52,5% do total da carteira de crédito do banco, foi o que mais cresceu. Atingiu R\$ 1,2 bilhão, com aumento de 26,2% em comparação ao ano anterior. A carteira de Crédito Consignado se manteve estável, avançando 0,9% e totalizando R\$ 844,2 milhões. E a carteira de Crédito para Empresas reduziu 14%, reflexo da adoção de uma postura mais conservadora de crédito para empresas dado o deteriorado cenário macroeconômico do País em 2016.</p>
<p>"Apesar do cenário econômico brasileiro desafiador, o Banco Intermedium continua avançando em seus resultados operacionais. Realizamos um rigoroso trabalho de melhoria nos processos, redução de custos e ganhos de eficiência que reflete no desempenho", destaca João Vitor Menin, presidente do Banco Intermedium. "Essa evolução do banco em 2016 demonstra que nossa estratégia, da utilização da conta digital como centro unificador e facilitador de todos os nossos serviços e produtos, tem sido bem sucedida", afirma o executivo.</p>
<p>O Banco Intermedium registrou em 2016 patrimônio líquido de R\$ 345,5 milhões e ativos totais de R\$ 3,2 bilhões. O retorno sobre Patrimonio Líquido Médio (ROAE) fechou 2016 em 7,3 p.p. Já, o Índice de Eficiência foi de 55,3% no ano de 2016, melhora de 3,9 p.p. ante o ano anterior. A evolução do indicador reflete o crescimento da carteira de crédito, o que permitiu ampliar as receitas operacionais e, ao mesmo tempo, a manutenção de uma gestão adequada de custos operacionais, diluição de despesas administrativas e otimização de processos. O Banco segue com excelente nível de capitalização, com Índice de Basileia de 18,5%.</p>
<p>Outro destaque do balanço foi a área de investimentos, que atingiu WUM de R\$ 4,6 bilhões, incremento anual de 32,9%, sendo R\$ 2,7 bilhões de captação do Banco. Já as LCIs atingiram R\$ 1,2 bilhão no 4T16, crescimento de 30,5% no ano. A área de câmbio registrou R\$ 22,4 milhões em operações desde o início de suas atividades em maio de 2016.</p>

Fonte: Investimentos e Notícias (2017)

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO

A primeira etapa do processo de administração estratégica, que faz parte da atividade de planejar, deve ser iniciada com a análise do ambiente interno e o ambiente externo da organização. Compreender a situação atual da organização e do contexto em que ela atua, bem como as tendências que podem ser percebidas nesses ambientes. Para que o planejamento de uma organização seja desenvolvido de forma adequada, é necessário que sejam considerados todos os fatores que poderão influir nas ações e resultados que se pretende alcançar. Segundo Hill (2013):

“O ponto de partida para a formulação da estratégia é uma análise das forças que moldam a competição no setor em que a empresa opera. O objetivo dessa análise é compreender as oportunidades e as ameaças com que a empresa se depara e usar essa compreensão para identificar estratégias que permitirão à empresa ter um desempenho melhor do que o de seus concorrentes. As oportunidades surgem quando uma empresa pode tirar vantagem de condições de seu ambiente para formular e implementar estratégias que lhe permitam ser mais lucrativa. As ameaças surgem quando as condições no ambiente externo colocam em risco a integridade e a lucratividade do negócio da empresa”.

Nenhuma estratégia pode ser elaborada e implementada antes de se realizar uma análise apurada dos ambientes que cercam a organização. É preciso estudar o ambiente interno a fim de compreender as fragilidades e as forças da empresa, bem como estudar o ambiente externo, concentrando todos os esforços necessários para identificar as ameaças e as oportunidades (HILL, 2013).

De acordo com Certo e Peter (2005) a análise ambiental considera três níveis: o nível do ambiente interno; o nível do ambiente operacional; e o nível do ambiente geral, também denominado macroambiente. Na figura 1 será apresentado os níveis ambientais e seus componentes.

Figura 1: Níveis ambientais e seus principais componentes

Fonte: Certo e Peter (2005)

3.1.1 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

As ameaças que os bancos tradicionais estão correndo nos últimos tempos estão relacionadas com o advento das Fintechs, observando essa ameaça como uma oportunidade o Banco Intermedium S/A deixou de ser apenas um banco tradicional passando a ser também um banco digital e Fintech.

O termo Fintech é relativamente novo no mercado, pois, é a junção de processos financeiros e tecnológicos, ou seja, é uma forma de atuar com as finanças de clientes se utilizando de artifícios tecnológicos, isto ocorre, para agilizar processos, com a busca de desburocratizar o mercado financeiro.

Uma das maiores reclamações de clientes de bancos tradicionais estão relacionados a burocracia, ou seja, para realizar a abertura de uma conta corrente, teria

que se utilizar de um gerente para atender, além de diversos documentos, da qual, um cliente poderia ter que comparecer a uma agência diversas vezes, somente para conseguir realizar a operacionalização de uma abertura de conta corrente, sem contar com as diversas taxas necessárias para conseguir pagar todos esses processos e custos.

As taxas operacionais são necessárias para o custeamento de operações, ou seja, para realizar os pagamentos de custos nas organizações financeiras, por este fato, para manter pessoal, tecnologia funcionando nas agências, além de, pessoal para todas as operações, elevará a necessidade de taxas de administração dos investimentos em bancos tradicionais, por exemplo. As Fintechs buscam criar inovações para o mercado financeiro, ou seja, criar novas perspectivas para a realizações de investimentos, empréstimos, entre outras operações, além de reduzir ou até mesmo zerar as taxas.

Segundo o Estadão (2019) existem vários modelos de Fintechs das quais estão relacionadas a pagamentos, investimentos, seguros, entre outras operações financeiras, da qual, pode ser classificada da seguinte forma:

- Fintechs de Pagamento;
- Fintechs de Gestão Financeiras e;
- Fintechs de Empréstimos e Negociação de Dívidas.

As Fintechs de Pagamento estão relacionadas às empresas *startups*, ou seja, empresas emergentes que buscam soluções de pagamento, um dos modelos consolidados neste momento no Brasil é o PagSeguro, empresa de recebimentos e pagamentos em diversas operações e plataformas, da qual, evoluiu para diversos outros segmentos que inclusive, nos últimos anos estão operacionalizando com contas digitais também, porém a sua nascente é para facilitar e intermediar pagamentos entre consumidor final e organizações empresariais.

As Fintechs de Gestão Financeira estão relacionadas a empresas que buscam auxiliar na administração financeira de pessoas e empresas, o Serasa Experian é um dos modelos de gestão financeira da atualidade, até um determinado momento buscavam apenas cuidar e defender consumidores e empresas de operações fraudulentas ou até mesmo na negativação para que o comércio fosse protegido de possíveis pessoas que

não eram boas pagadoras, já neste momento pode-se contratar serviços para a gestão administrativa e até mesmo de educação financeira para os clientes que queiram deixar as suas dívidas.

Já as Fintechs de Empréstimos e Negociações de Dívidas estão relacionadas a empresas que auxiliam em processos de concessão de empréstimos e empréstimos consignados, ou seja, buscam auxiliar no processo de concessão de créditos com garantias de pagamentos, pois, estes são descontados diretamente na folha de pagamento, sendo um dos modelos mais tradicionais no momento.

As Fintechs de Negociações de Dívidas buscam entrar em contato com grandes bancos e compram a cartela de pagadores duvidosos destas organizações, após um período, os grandes bancos desistiram de cobrar seus clientes não pagadores ou até que o seguro para provisão de devedores duvidosos seja pago, desta forma, estes concedem suas carteiras para que essas Fintechs realizem cobranças, da qual, estas ganham em casos do cliente acertar o valor em aberto e o banco também ganha pois, este valor já havia sido pago anteriormente pelo seguro. Sendo assim, estes modelos de Fintechs de Negociações de Dívidas conseguem descontos exorbitantes para os clientes devedores e esses acabam conseguindo eliminar as suas dívidas que estavam em aberto há muitos anos.

Segundo o Estadão (2019) outros modelos de Fintechs chamadas de *Crowdfunding*, que são de financiamento coletivo, que surgiram no mercado de operações como poderá observado a seguir:

- Fintechs de Investimentos;
- Fintechs de Eficiência Financeira;
- Fintechs de Blockchain e Bitcoin e;
- Fintechs de Seguros.

As Fintechs de Investimentos estão relacionadas a empresas emergentes especializadas em operações de investimentos nos mais variados mercados, sejam eles de renda fixa ou variável. A renda fixa está relacionada a investimentos de baixo risco, como as Certidões de Depósitos Bancários (CDB), Certidões de Depósitos

Interbancários (CDI), Debêntures e Títulos Públicos. Já as operações de renda variável estão ligadas a investimentos como operações de fundos de ações e ações. Uma das empresas que está se destacando neste mercado é a XP Investimentos que busca auxiliar e monitorar os investimentos de seus clientes através de plataformas digitais.

As Fintechs de Eficácia Financeira estão relacionadas a processos de análise de perfis de investidores, da qual, aconselha quais os segmentos mais inteligentes para a realização de investimento conforme os recursos que o cliente possui, além de auxiliar no processo de prevenção de fraudes e na atuação de segurança nas operações financeiras.

Um dos segmentos de investimento que está crescendo em todo o mundo é a comercialização de criptomoedas, ou seja, de moedas digitais, estas são extremamente voláteis, ou seja, a pessoa conseguirá altos ganhos ou grandes perdas em períodos muito curtos. Este modelo de moeda digital nasceu na China com o objetivo de gerar uma moeda internacional sem intervenções de governos, da qual, muitos em seu início conseguiram grandes fortunas devido ao seu processo de valorização com o decorrer dos anos, por exemplo, no mês de dezembro 2020, um Bitcoin obteve uma das suas maiores cotações, chegando a valer mais de R\$ 56.000,00, porém, devido a sua volatilidade no mercado internacional, esta poderá valorar ou desvalorizar em períodos curtíssimos, já em setembro de 2021 chegou a R\$ 364.000,00 para isso, a importância de um Blockchain, ou seja, um sistema minerador para identificar os picos de valorização para realizar as aplicações ou resgates no momento exato para que o cliente consiga uma melhor rentabilidade. Para este fim, nasceu às Fintechs de Blockchain e Bitcoin, exatamente para auxiliar nesses processos e também realizar o gerenciamento dos ganhos e perdas provenientes do processo de volatilidade deste investimento. As criptomoedas estão passando por processo de regulamentação no Brasil, porém, estas já se tornaram um modelo de investimentos utilizados por vários brasileiros.

Já as Fintechs de seguros oferecem os mais variados modelos de seguros, desde seguros de vida, veiculares, previdência, até mesmo em situações atuais contra o Covid 19 a doença causada pelo Coronavírus. Sendo assim, as Fintechs de Seguros buscam atender todas as situações existentes no momento. Da qual, estes seguros podem ser

contratados totalmente por sistemas eletrônicos, evitando assim as terríveis burocracias encontradas em setores convencionais de seguros.

As Fintechs são empresas que buscam trazer novas formas de relacionamento e de tecnologia que em mercados tradicionais seriam impossíveis de serem realizados. Desta forma, atendendo um público cada vez mais exigente e com menos tempo para se relacionar numa operação tradicional operacional.

O público jovem antenado em novas tecnologias optou pela utilização de operações virtuais, sejam elas, para serviços bancários, empréstimos, financiamentos ou até mesmo crédito imobiliário, mas, se destacaram as operações de compras pela internet que objetivou o aumento considerável de empresas que buscam intermediar as operações de pagamento neste segmento.

Com o país em constante crise a redução de custos foram observadas pelos usuários de operações financeiras, sendo assim, acabaram buscando novas alternativas que são os bancos e contas digitais que possuem taxas baixíssimas ou zeradas em diversas operações, pois, reduzem os seus custos de operação drasticamente com a utilização de ferramentas tecnológicas. Segundo Finnovation (2019) até o mês de setembro de 2019 já existiam no Brasil 504 Fintechs.

3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO

Marques (2019) afirma que as Fintechs são revolucionárias nos mais diversos variados segmentos pois com a introdução da tecnologia, da qual, existe a possibilidade de atender vários clientes ao mesmo tempo com a robotização de atendimentos, além da possibilidade de atendimento especializados 24 horas, situação que em bancos tradicionais seria inconcebível.

Marques (2019) menciona que:

Na visão do consumidor, os Bancos Digitais (Fintechs) e os bancos tradicionais são instituições financeiras, com um mesmo fim, que é o de prover a relação do consumidor com o seu dinheiro, seja ele na abertura de conta corrente, aplicações ou empréstimo. Essa percepção,

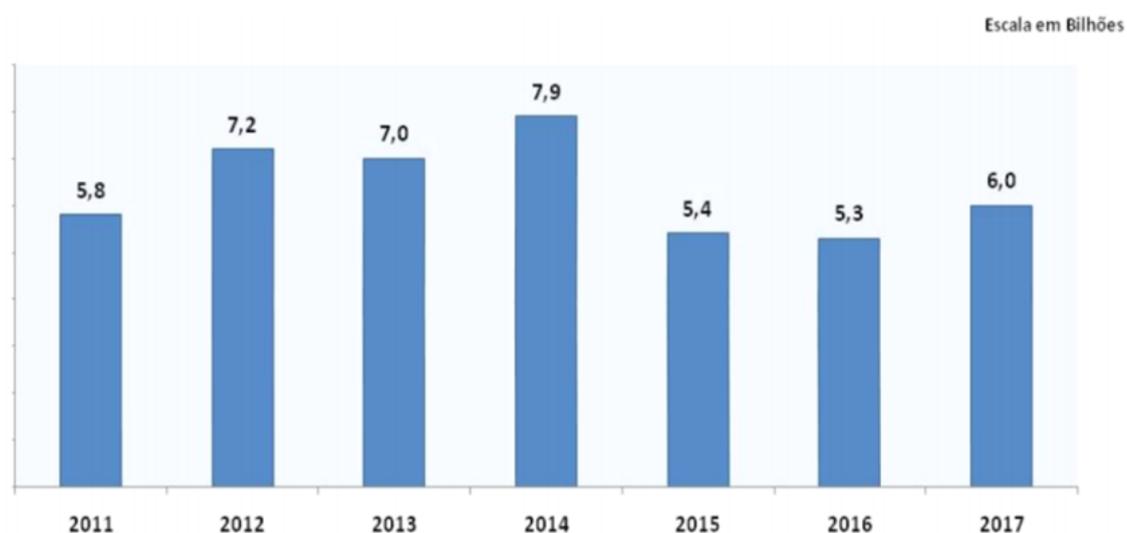
somada à vantagem de que os Bancos Digitais não possuem e mesma regulamentação que os bancos comuns, fizeram com que a imagem dos bancos tradicionais fosse frontalmente atacada, pois, na visão do cliente, se tornaram empresas ultrapassadas, lentas, burocráticas e principalmente caras, pois praticam preços altos enquanto os Bancos Digitais não cobram para manutenção da conta. (MARQUES, 2019)

Nesta concepção é possível verificar que a aceitação dos clientes por bancos digitais vem aumentando, exatamente, pela praticidade, redução de burocracia e também por terem as menores taxas, além da possibilidade de não cobrarem por serviços que em um banco tradicional seria cobrado, como por exemplo, transferências, manutenção de conta, entre outras operações.

Para a utilização de contas digitais os bancos tradicionais buscaram inovações com seus processos de atendimento, porém, para que isso seja levado aos clientes é necessário investimento alto em tecnologia, da qual, estes investimentos são utilizados para todo o processo de infraestrutura de redes e de supercomputadores para que as atividades sejam desenvolvidas em homogeneidade para todos os clientes através de internet banking e aplicativos, mas, mesmo com essas inovações os processos continuam burocratizados em demasia em relação aos bancos digitais.

Uma das conquistas para os bancos tradicionais, em modernização de suas operações, estão relacionadas a redução de custos operacionais pois, muitas atividades que antes eram necessárias serem realizadas por um escriturário, podem ser realizadas pelos próprios clientes, desta forma, reduzindo o pessoal operacional, ou seja, redução de folha de pagamento e de custos trabalhistas.

O setor bancário investiu muito no segmento de tecnologia para combater os bancos digitais em suas operações, da qual, houve um crescimento de 5,8 bilhões de Reais em 2011 para 7,9 bilhões de Reais em 2014. Já nos anos de 2015 e 2016 houve uma redução destes investimentos devido à crise econômica geradas por questões políticas e má gestão econômica. A figura 2 apresentará as evoluções e involuções em investimentos de tecnologias no setor bancário tradicional para combater o avanço das Fintechs.

Figura 2 - Investimento do setor bancário em tecnologia

Fonte: Marques (2019)

A figura 2 apresentou a evolução dos investimentos em tecnologia pelo setor bancário para a criação de aplicativos para a contenção de evacuação de clientes para os bancos digitais, pois, são mais tecnológicos e funcionais que os métodos tradicionais. No ano de 2015 ocorreu uma queda nos investimentos devido à crise política e econômica instaurada no país.

Os bancos digitais são evoluções aos bancos tradicionais, isto ocorre, devido ao processo de modernização de operações, da quais, estas são feitas totalmente online, sem a necessidade de os clientes terem que ir uma agência física. O crescimento exponencial desta modalidade se deu devido a busca pelas facilidades existentes para pagamentos, recebimentos e investimentos. No quadro 03, poderá ser observado os principais bancos digitais existentes no Brasil, da qual, apresentará a quantidade de contas abertas por cada instituição no ano de 2019.

Quadro 03- Quantidade de contas digitais por instituição - 2019

INSTITUIÇÃO	LOGOMARCA	CONTAS ABERTAS	FONTE
NUBANK		8,0 Milhões	https://nubank.com.br/imprensa
BANCO INTER		1,9 Milhões	https://ri.bancointer.com.br/informacoes.aspx
NEON		1,6 Milhões	https://neon.com.br/
BANCO ORIGINAL		0,7 Milhões	https://www.original.com.br/relacoes/resultados/

Fonte: Marques (2019)

O quadro 03 apresenta que o banco digital com o maior número de contas abertas é o Nubank, isso se dá pela estratégia de liberação de cartões de créditos inicialmente, ou seja, primeiramente foi uma empresa de cartões de crédito online e posteriormente, tornou-se um banco digital. Já o Banco Inter é o pioneiro no Brasil como conta digital, porém, a sua estratégia é de ser um banco de varejo digital.

Uma das novidades que a instituição C6 Bank trouxe para o Brasil são as transferências por SMS, ou seja, através de mensagens de celular existe a possibilidade de transacionar via DOC e TED. Um processo que até o ano de 2019 era uma exclusividade desta instituição. O quadro 04 fará uma comparação entre os serviços ofertados pelos Bancos Digitais C6 Bank, Inter e Nubank.

Quadro 04 - Serviços de Pessoa Física

Instituição	Taxa de Manutenção	Transferências	Saque	Débito	Tag de Pedágio	Crédito pessoal	Transferência via SMS	Investimentos
C6 Bank	Não cobra	Não cobra	Grátis no Banco 24h	Sim	Sim	Não	Sim (C6 Kick)	CDBs de 100% e 118% do CDI
Banco Inter	Não cobra	Não cobra	Grátis no Banco 24h	Sim	Não	Sim	Não	Plataforma completa com renda fixa, poupança, home broker e fundos
Nubank	Não cobra	Não cobra	R\$ 6,50 por saque Banco 24h	Sim	Não	Sim	Não	NuConta rende 100% do CDI

Fonte: Infomoney (2019)

Como pode ser observado no quadro 04 o Banco Inter é um dos pioneiros para a criação de uma plataforma completa para investimentos, como renda fixa, poupança, home broker e fundos. Da qual, a única operação até o ano de 2019 que o Banco Inter não realiza é de transferências via SMS. Já no quadro 05 poderá ser analisado um comparativo entre os modelos de cartões de créditos oferecidos no ano de 2019 para pessoas físicas.

Quadro 05 - Cartão de Crédito

Cartão	Internacional	Bandeira	Recompensas	Anuidade	Juro do rotativo	Isenção de tarifa
C6 Múltiplo	Sim (PTAX + 4%*)	MasterCard	Programa Átomos de recompensas (em breve)	Isento	10,7% ao mês	Não se aplica
C6 Carbon	Sim (PTAX + 4%*)	MasterCard	Programa Átomos (2,5 pontos por dólar gasto)	R\$ 1.200 (12x de R\$ 85)	10,7% ao mês	R\$ 150 mil em CDBs do banco
Banco Inter	Sim (PTAX + 1%*)	MasterCard	Não	Não	7,7% ao mês	Não se aplica
Banco Inter Black (disponível apenas para alguns clientes)	Sim (PTAX + 1%*)	MasterCard	Sim (pacote MasterCard Black)	Não	7,7% ao mês	R\$ 250 mil aplicados no banco
Nubank	Sim (PTAX + 4%*)	MasterCard	Nubank Rewards (anuidade de R\$ 190)	Não	de 4,75% a 14% ao mês	Não se aplica

Fonte: Infomoney (2019)

O Banco Inter é o que oferta a menor taxa de juros conforme observa-se no quadro 05, pois, com a Taxa PTAX mais baixa na consolidação de taxas torna-se o com menores juros. Todos os bancos apresentados possuem bandeira Mastercard para seus cartões de crédito. Já no quadro 06 será possível observar que os bancos digitais oferecem serviços às pessoas jurídicas.

Quadro 06 - Serviços de Pessoa Jurídica

Instituição	Conta PJ/MEI	Transferências	Saques	Cartão de Débito	Maquininha	Boleto	Empréstimos
C6 Bank	Sim (grátis)	100/mês inclusas (depois R\$ 4 por TED)	Grátis no Banco 24h	Em breve	C6 Pay: grátis para MEI ou para quem vende a partir de R\$ 5 mil no mês. Para PMES, R\$ 60/mês	100/mês gratuitos	Em breve
Banco Inter	Sim (grátis)	100/mês inclusas (depois, não é possível fazer mais TEDs)	Grátis no Banco 24h	Sim	Não (pagamento via QR Code incluso e convênio com outras maquininhas)	100/mês gratuitos	Sim: capital de giro e antecipação de recebíveis
Nubank	Em testes para MEIs que já são clientes Nubank	não informado	não informado	não informado	não	não informado	não informado

Fonte: Infomoney (2019)

O quadro 06 apresenta que o Banco Inter é o único que oferece empréstimos para pessoas jurídicas no ano de 2019. Desta forma, é possível identificar as principais vantagens tanto para pessoas físicas quanto jurídicas ofertadas pelos bancos digitais em análise, sendo que o Banco Inter se sobressai em quase todas as modalidades.

Os bancos digitais e tradicionais estão em constante evolução, mas, é necessário observar quais as suas principais características e vantagens competitivas no mercado. Para uma melhor compreensão será apresentado no quadro 07 as suas principais diferenças.

Quadro 07 - Principais Diferenças

	Bancos Tradicionais	Fintechs
Estrutura	Várias agências bancárias, o que gera mais gasto com funcionários e equipamentos.	Realizam o atendimento 100% on-line, diminuindo os gastos com funcionários e locação de espaço. Todavia, as fintechs operam com uma quantidade menor de produtos e serviços.
Praticidade	Oferece aos seus clientes a possibilidade de realizar algumas operações por meios eletrônicos, porém, uma parcela significativa dos processos exige o comparecimento às agências.	Tudo é feito a partir da tela do celular, além disso, a automação do atendimento, feita com o uso de robôs, otimiza o tempo do cliente.
Juros		Conseguem oferecer aos seus clientes taxas menores, ou até zero, em alguns produtos e serviços, como é o caso dos cartões de crédito, isentos de tarifas de anuidade.
Atendimento	Quem nunca teve problema com as portas giratórias das agências bancárias? Apesar de serem vistas como uma forma de prevenir assaltos, elas também dificultam o acesso de clientes aos bancos.	Atendimento mais personalizado, permitindo ao cliente uma boa experiência com os seus serviços e produtos.
Segurança	Uma boa parcela de clientes, especialmente os mais conservadores, ainda se sente insegura em realizar transações bancárias no ambiente digital. Por isso, muitos preferem manter a conta corrente em um banco tradicional.	Ainda não atingiram esta parcela de consumidores, embora elas também sejam seguras.
Lucros	Os bancos tradicionais ainda continuam com a maior fatia do faturamento.	

Fonte: AML (2019)

As principais diferenças apresentadas estão relacionadas à taxa de juros das operações que no caso dos bancos digitais são basicamente zeradas ou possuem taxas menores que os bancos. As suas principais vantagens também estão relacionadas a praticidade e na composição estrutural que estão ligados totalmente por meios eletrônicos. O atendimento dos bancos digitais também é vantajoso, pois buscam formas de atendimento robotizados e 24 horas por dia.

3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING

A chave para formar o Composto de Marketing é saber quais são os desejos das pessoas a serem servidas. E o segredo para o sucesso está em aplicar a filosofia do conceito de Marketing ao desenvolvimento das políticas de Marketing. Assim que

selecionam um público-alvo, os Profissionais de Marketing direcionam as atividades da empresa para satisfazer este segmento de maneira lucrativa.

Embora centenas de variáveis estejam envolvidas, a tomada de decisões em Marketing pode ser dividida em quatro estratégias distintas, conhecidas como os quatro “Ps”, que poderá ser observado na figura 3.

Figura 3: OS 4PS do Marketing



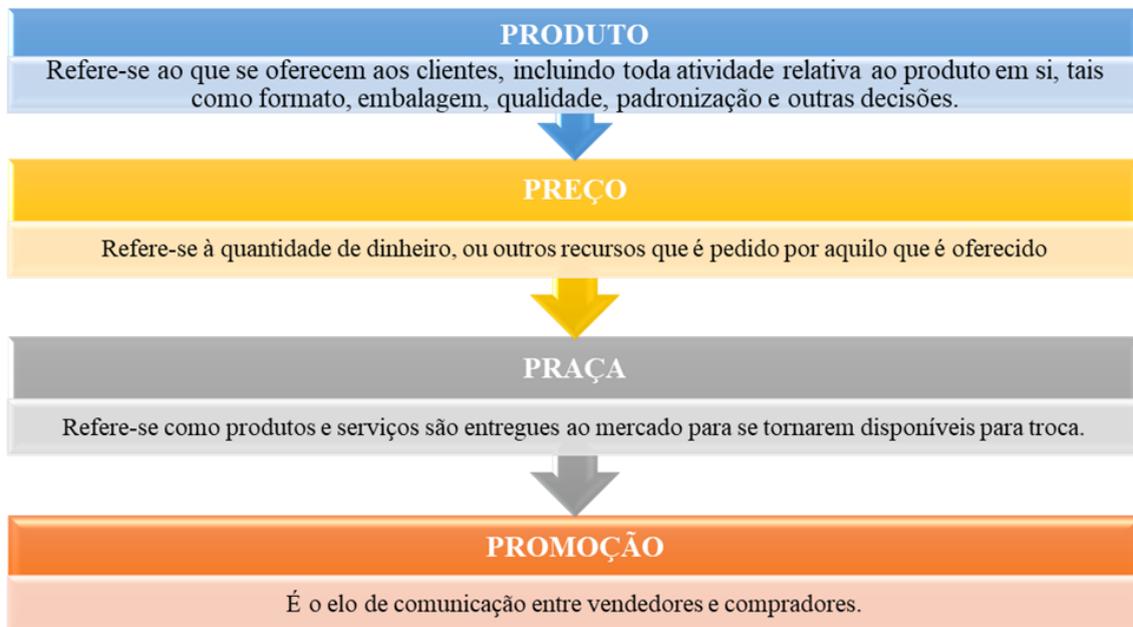
Fonte: Luz (2021)

Seu conjunto forma o Composto de Marketing ou Marketing-Mix – “mistura” dos quatro elementos de estratégia para atender às necessidades e preferências de um mercado (alvo específico) (CHURCHIL, 2003).

Segundo Kotler (2000) O composto de Marketing tem como finalidade criar valores aos clientes alcançando os objetivos das organizações, através de uma combinação de ferramentas estratégicas. Os quatro elementos devem ser combinados para obter a máxima eficácia.

3.2.1 OS QUATRO “P”s DE MARKETING

Os 4 Ps do Marketing são as principais variáveis que uma empresa utiliza para apresentar sua oferta ao público-alvo e alcançar seus objetivos de marketing. Os 4 Ps são as iniciais das seguintes palavras, que representam os pilares de uma estratégia de marketing (PEÇANHA, 2020). Na figura 4 será apresentado os 4 “P”s e suas definições.

Figura 4: Definição dos 4 “P”s

Fonte: Kotler (2000)

Ao estudar cada um desses aspectos, planejar e executar ações que considerem suas particularidades, mais próxima a empresa fica de seus objetivos de divulgação, vendas e construção de autoridade de marca (NEILPATEL, 2021).

Exemplos de sucesso na aplicação dos 4 Ps do Marketing

Apple

A empresa claramente adota a estratégia de diferenciação. O posicionamento premium exige que a empresa ofereça benefícios perceptíveis nos seus produtos. Na distribuição, a Apple oferece canais de venda online e offline.

Spotify

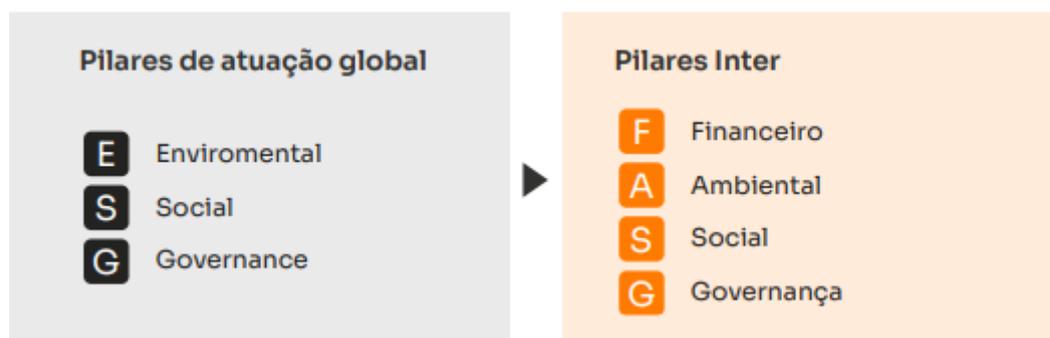
Estratégia de Preço. A marca adotou o modelo *freemium*: o usuário pode aproveitar uma versão gratuita limitada (com anúncios, sem músicas offline e outras limitações) ou adquirir planos pagos com todos os recursos. No P de Praça, o Spotify vende seu serviço em lojas de aplicativos e no próprio site, por isso não se preocupa com lojas físicas ou vendas presenciais.

3.2.2 ESTUDO DE CASO

O Banco Intermedium no ano de 2015 lançou a conta digital, da qual, se tornou o primeiro brasileiro 100% digital. Em 2017 ocorreu o reposicionamento da Marca Banco Intermedium para Banco Inter. O novo nome reflete a evolução do negócio e do mercado, da qual, foi encerrado o ano de 2017 com mais de 370 mil correntistas digitais. No início de 2018 os servidores foram migrados para a Amazon Web Services (AWS) e tornou-se o primeiro banco da América Latina a operar em nuvem. Neste mesmo ano iniciou a venda de suas ações na Bolsa de Valores.

Em junho de 2019 foi realizada uma parceria com a Wiz Soluções para atuação na venda de seguridade. Em julho de 2019 foi realizada uma oferta subsequente de ações (*follow-on*), da qual foi captado mais de R\$1,2 bilhão e trouxe-se um importante investidor estratégico: o SoftBank.

Segundo o Relatório de Sustentabilidade (2020) o ano de 2020 foi um ano desafiador como poucos. Vivemos um momento que nos fez repensar a forma como as pessoas vivem, interagem, trabalham e consomem. E não seria possível passar por esse momento sem pilares fortes. Em um contexto em que a importância da inclusão dos pilares ESG (sigla em inglês para Ambiental, Social e Governança Corporativa) vem crescendo, nos posicionamos e adaptamos esse conceito para o nosso modelo de negócio. Incluíram o pilar “Financeiro” e considerou a “Governança”, não apenas um pilar, mas sim um alicerce de todos os pilares de atuação. Assim, surgiu a sigla FASG - Financeiro, Ambiental, Social e Governança. Em 2020, conseguiram entregar, inovar, empregar e crescer. Os pilares FASG não se restringem ao discurso da sustentabilidade empresarial, mas pautam nossas ações internamente e externamente, como uma estratégia de construção e manutenção de uma companhia forte e coerente, o que pode ser visto ao longo do relatório.

Figura 5 - Pilares de Atuação

Fonte: Relatório de Sustentabilidade (2021)

Segundo Relatório de Sustentabilidade (2020) no último ano, mais pessoas aderiram a novas tecnologias e quem já estava conectado, ficou ainda mais exigente, com mais interesse em se informar, conhecer, planejar – e simplificar a vida. Assim, em 2020, foram capazes de mais dobrar a nossa base de clientes, saindo de 4 milhões em dezembro de 2019, para 8,5 milhões no fim de 2020. E o ritmo de crescimento continuou forte em 2021, com a incrível marca de 10 milhões de correntistas em março.

Fortaleceram todas as avenidas de negócios – Day to Day Banking, Crédito, Investimentos, Seguros e Shopping – e observou crescimentos consistentes em cada uma delas. Além do crescimento expressivo no número de contas, as transações em cartões atingiram R\$ 18,2 bilhões - crescimento de 119% em relação a 2019. Já a carteira de crédito ampliada totalizou R\$ 9,4 bilhões, com avanço de 86,6% em um ano.

O volume total de vendas no Inter Shop atingiu a marca de R\$ 1,2 bilhão no primeiro ano de operação. A Inter Seguros vendeu 255 mil produtos de seguridade, crescimento de 380%, com relação a 2019. Alçaram 1,2 milhão de clientes ativos na plataforma de investimentos e mais de 330 mil clientes com ações custodiadas, que representam cerca de 10% dos investidores pessoas físicas na bolsa de valores brasileira. Buscando sempre melhorar produtos e processos, em 2020 anunciou duas aquisições estratégicas para fomentar ainda mais o ecossistema. Adquiriu 60% da Meu Acerto, primeira empresa de Winback do Brasil, e 45% da Granito, empresa de

adquirência que vai impulsionar operações do Shopping e melhorar a experiência de correntistas PJ.

A Ouvidoria recebe as reclamações apresentadas pelos clientes através de diversos canais e, ao longo de todo ano, os mais procurados pelos clientes – representando 84% do valor total de reclamações – foram: Telefone (0800 Ouvidoria), RDR Banco Central e a plataforma Consumidor.gov. O prazo médio de resposta aos clientes, incluindo todos os canais disponíveis para recebimento das demandas na Ouvidoria, foi de 8,29 dias úteis. Além disso, 3% das demandas registradas no semestre foram alvo de solicitação de prorrogação de prazo, em conformidade com a previsão do §2º, art.6º da Resolução 4.433/2015, em face da necessidade de tempo hábil para análise e conclusão da demanda. Por fim, a pesquisa de satisfação, na qual os clientes avaliam o atendimento prestado pela Ouvidoria, através da qual identifica-se os níveis de satisfação destes, frente à solução apresentada em resposta à demanda formulada através de canais de atendimento. (RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE, 2020)

O time de produtos digitais é composto por mais de 400 colaboradores divididos em áreas, tribos, squads e duplas. É uma equipe multidisciplinar, que trabalha no desenvolvimento de soluções em tecnologia para todas as avenidas. Englobou-se tanto o App para pessoas físicas, quanto pessoas jurídicas, além do Internet Banking, sites, landing pages e canais de atendimento.

Os desenvolvedores atuam em todas as etapas do processo de construção em uma linguagem moderna de desenvolvimento, totalmente orientada à nuvem. O desenvolvimento do App utiliza uma série de conceitos consolidados de desenvolvimento de software que permitem o trabalho de vários squads em um único produto. Usa-se conceitos que garantem qualidade do produto, estabilidade e rapidez no desenvolvimento onde o trabalho de um squad não afeta o outro. Usa hoje uma mistura de tecnologias que combinadas entre si fornecem a melhor experiência para o usuário ao mesmo tempo que fornecem um leque de opções para o desenvolvedor como código nativo, híbrido e Web. Para subir uma nova versão do App uma esteira automatizada que consiste em vários processos como testes unitários, testes estáticos, testes integrados e controle de qualidade do código. (RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE, 2020)

Para processar as transações dos serviços bancários com eficiência, qualidade e segurança, garantindo a capacidade tecnológica necessária para um volume cada vez maior de clientes e operações, automatizamos as malhas de processamento. Dessa forma, diariamente, dezenas de milhares de operações que envolvem conciliação de dados e comunicação e integração entre sistemas, pagamentos e recebimentos com outras instituições financeiras são executadas de maneira rápida, com alto nível de assertividade e monitoradas em tempo integral.

4. CONCLUSÃO

A necessidade de usuários de instituições financeiras em obter mais agilidades em processos bancários ocasionou o processo de informatização nos bancos tradicionais, gerando operações em caixas eletrônicos, internet banking e até mesmo em Mobile Banking, mas, mesmo com a modernização dos bancos tradicionais o atendimento e a burocracia é uma das maiores reclamações pelos usuários.

Desta forma nasceram as empresas financeiras que buscam auxiliar em partes de processos que os bancos tradicionais possuem dificuldades para atender de forma individual ou um setor específico seu cliente, observando essa possibilidade, nasceu a Intermedium Financeira criada pelo Grupo MRV em 1994. Nascendo posteriormente o Banco Intermedium como um banco tradicional no Estado de Minas Gerais, mas, com a perspectiva de crescimento, logo se tornou um banco múltiplo para operacionalizar em diversos segmentos.

O Banco Intermedium sempre na perspectiva de crescimento mudou suas estratégias e se tornou o primeiro Banco Digital no Brasil, abrindo uma nova segmentação no mercado financeiro. Da qual, em 2017 por uma mudança de marketing se tornaria o Banco Inter, o mais completo banco digital da atualidade no Brasil.

REFERÊNCIAS

AML – RISCO REPUTACIONAL. **Fintechs x Bancos Tradicionais: quais as semelhanças e diferenças.** 2019. Disponível em: <<https://www.amlreputacional.com.br/editorial/fintechs-x-bancos-tradicionais-quais-as-semelhanças-e-diferenças/>>. Acesso em novembro de 2021.

BACEN - BANCO CENTRAL. **O que é banco.** 2019. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/bancoscaixaseconomicas>>. Acesso em novembro de 2021

BACEN - BANCO CENTRAL. **Consolidação de Indicadores dos Bancos Tradicionais (3T2019).** Disponível em: <<https://bancodata.com.br/>>. Acesso em novembro de 2021

BANCO INTER. **Nossa História.** 2019. Disponível em: <<https://ri.bancointer.com.br/show.aspx?idCanal=5JKP+QW4+/i+IIHSjE2sxxg==&linguagem=pt>>. Acesso em novembro 2021

CERTO, Samuel C.; PETER, J. P. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia.** 2 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005

CHURCHILL JR, G. A. & PETER, J. P. **Marketing – Criando valor para os clientes.** São Paulo: Saraiva, 2003.

COSTA, A. F. **Colírio Mnemônico: assinaturas visuais e o papel da linguagem publicitária na construção de seus significados.** 2017. 120 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20574>>. Acesso em novembro de 2021

ESTADÃO. **Quais são os tipos de fintech?** 2019. Disponível em: <<https://infograficos.estadao.com.br/focas-ubereconomia/servicos-financeiros-2.php>>. Acesso em novembro de 2021

FEBRABAN - FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS. **Canais de Transações Bancárias.** 2017. Disponível em: <<http://www.ciab.org.br/download/researches/research-2017.pdf>>. Acesso em novembro de 2021

FINNOVATION. **Novo Mapa de Fintechs do Brasil.** 2019. Disponível em: <<http://finnovation.com.br/mapa-de-fintechs-brasil/>>. Acesso em novembro de 2021

FURTADO, E. O; MENDONÇA, V. L. A. **Dinâmica Competitiva entre Bancos Tradicionais e Bancos Digitais no Brasil: Uma Perspectiva do Cliente**. Projeto de Graduação apresentado ao Curso de Engenharia de Produção da Escola Politécnica. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, março de 2020. Disponível em: <<http://monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10031105.pdf>>. Acesso em novembro de 2021

HILL, Charles. **O essencial da administração estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2013.

INFOMONEY. **C6 Bank x Nubank x Banco Inter: compare serviços da nova fintech brasileira**. 2019. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/c6-bank-x-nubank-x-banco-inter-com-pare-servicos-da-nova-fintech-brasileira/>>. Acesso em novembro de 2021.

INVESTIMENTOS E NOTÍCIAS. **Banco Intermedium registra lucro líquido de R\$ 25,5 milhões em 2016**. 2017. Disponível em: <<http://www.investmentosenoticias.com.br/noticias/negocios/banco-intermedium-registra-lucro-liquido-de-r-25-5-milhoes-em-2016>>. Acesso em novembro de 2021.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2000.

LUZ, A. O que são os 4P's do marketing? 2021. Disponível em: <https://webtrends.net.br/o-que-sao-os-4-ps-do-marketing/>. Acesso em novembro de 2021.

MARQUES, Frank Borges. **Bancos Digitais X Bancos Tradicionais: Uma Análise das Implicações Causadas pelos Bancos Digitais no Mercado Bancário Brasileiro**. Dissertação. Mestrado Profissional em Gestão Organizacional. Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2019. 64 f. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/28298/7/BancosDigitaisTradicionais.pdf>>. Acesso em novembro de 2021

NEILPATEL. **O Que São os 4 Ps do Marketing? Tudo Sobre o Conceito + Exemplos**. 2021. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em novembro de 2021.

OSTERWALDER, A. **The business model ontology: a proposition in a design science approach**. Tese apresentada a l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales da universidade de Lausanne para obter o doutorado em Informática de Gestão, 2004. Disponível em: Acesso em novembro de 2021.

PEÇANHA, V. **4 Ps do Marketing: entenda tudo sobre o conceito de Mix de Marketing**. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em novembro de 2021.