



# Bancos Físicos x Digitais – Evolução Tecnológica nos serviços bancários

Antonio Machado<sup>1</sup>, Sandro Menezes<sup>1</sup>, Josiane Lopes<sup>1</sup>, Jeane Santos<sup>1</sup>, Iara Porfírio<sup>2</sup>, Cleide Cruz<sup>1</sup>, Bruno Nascimento<sup>11</sup>

Instituto Federal de Sergipe – Campus Propriá

Instituto Federal de Sergipe, Propriá, Sergipe 49900-000

Email: antonio.machado@ifs.edu.br

<sup>2</sup>Centro Universitário Leonardo Da Vinci

Email: iara.angelino95@gmail.com

**Abstract**— *Technological evolution has been expanding in the financial system. With the advent of the internet and the mobilization of the financial sector, a new business model was proposed, leading to a transformation of habits and a more digital society. This article aims to analyze the evolution of banks and the implementation of digital banks and demonstrate user preference. As a methodology, a field survey was carried out through an online form, sent to the research participants. With the data collection carried out, it is possible to understand the range of services provided by these banks, the behavior and preferences of the participants. In all, 112 people participated in the survey and the results point to a satisfactory preference for digital banks, that is, the appreciation of technology in the financial area.*

**Keywords** – *Digital Inclusion; Digital Banks; Bank Services.*

**Resumo** - *A evolução tecnológica vem se expandindo no sistema financeiro. Com o advento da internet e a mobilização no setor financeiro, um novo modelo de negócio foi proposto, ocasionando uma transformação de hábitos e uma sociedade mais digital. Este artigo objetiva analisar a evolução dos bancos e a implementação dos bancos digitais e demonstrar a preferência dos usuários. Como metodologia realizou-se uma pesquisa de campo via formulário on-line, enviado aos participantes da pesquisa. Com a coleta de dados realizada, é possível compreender a gama de serviços prestados por estes bancos, o comportamento e as preferências dos participantes. Ao todo, 112 pessoas participaram da pesquisa e os resultados apontam preferência satisfatória para os bancos digitais, isto é, a valorização da tecnologia na área financeira.*

**Palavras-chave** – *Inclusão Digital; Bancos Digitais; Serviços Bancários.*

## I. INTRODUÇÃO

A Internet aliada ao surgimento de várias inovações tecnológicas tais como smartphones, computadores, GPS e redes sociais, promoveu alterações significativas na dinâmica social. Essas mudanças podem ser observadas em toda a sociedade, impactando as diversas áreas de serviços e da escala produtiva mundial.

O setor bancário, o qual é responsável por dar suporte ao sistema financeiro e econômico de qualquer País, não ficou de fora desta revolução tecnológica. Além disso, a tecnologia permitiu o desenvolvimento dos bancos digitais, os quais

causaram mudanças e um aumento na concorrência do mercado bancário [1].

Os bancos brasileiros vêm evoluindo desde 1980, na busca por maior competitividade, segurança e melhoria dos serviços. Esse desenvolvimento teve como pano de fundo uma economia combatida com uma alta inflacionária e a desvalorização da moeda nacional frente ao dólar e descontrole fiscal [2].

Após seis planos econômicos frustrados, são eles: Cruzado (1986), Cruzado 2 (1986), Bresser (1987), Verão (1989), Collor 1 (1990) e Collor 2 (1991), o Brasil conseguiu, com a implantação do plano Real (1994), o controle da inflação e a estabilidade dos preços, no entanto após conseguir este feito, verificou-se uma incapacidade das instituições em promover espontaneamente os ajustes necessários para sua sobrevivência nesse novo cenário econômico.

Com o objetivo de elevar a sua rentabilidade, e que pouco se preocupava com a visão da comodidade de seus clientes, até a criação dos bancos digitais não havia substituto para o mercado bancário brasileiro. Um cliente descontente poderia mudar de banco, contudo não era possível sair do ciclo criado por este mercado.

Com ideias inovadoras e propondo um relacionamento remoto, digital e principalmente, com menor custo, os bancos digitais exploram o nicho do mercado de clientes descontentes com o tempo perdido de ir até uma agência bancária e com baixa percepção de benefícios em relação às tarifas e juros cobrados pelos bancos.

Ao identificar esta lacuna de mercado, os bancos digitais causaram muitas transformações para os clientes perante essas percepções de práticas bancárias. Segundo [3] se os bancos tradicionais não evoluírem rapidamente serão substituídos pelos digitais, os quais já são uma tendência para um futuro próximo.

A rápida ascensão dessas instituições forçou os bancos tradicionais a se reinventarem e migrarem rapidamente para o ambiente online. No Brasil, essa transição é identificada por meio dos dados disponibilizados pela Federação Brasileira de Bancos [4], os quais revelaram que seis de cada dez transações





bancárias já são efetivadas por meios digitais (smartphones e computadores).

Para fomentar a inclusão financeira no Brasil e incentivar a concorrência, o Governo Federal Promulgou a Lei nº 12.865, de 09 de outubro de 2013, que cria os arranjos de pagamento no Brasil, possibilitando a inclusão de setores não bancários na oferta de serviços de pagamentos [2].

Além do exposto acima, o Banco Central visando facilitar os pagamentos e proporcionar segurança, através da redução do uso de dinheiro físico, criou o Sistema de Pagamento Instantâneo (SPI), que trata da infraestrutura centralizada e única para liquidação de pagamentos instantâneos entre instituições distintas no Brasil [5].

#### A. Origem e conceito de Bancos Digitais

Os bancos digitais são instituições que têm como característica a ausência de ambientes físicos e a possibilidade de realizar, de forma totalmente online, operações que vão desde abertura de contas até investimento, o que na maioria das vezes, são realizadas por meio de aplicativos [6].

Ademais, as startups do setor financeiro são chamadas de fintechs, termo da língua inglesa que surgiu da união entre as palavras finanças (“Finance”) e tecnologia (“Technology”). Este é um novo modelo de negócio financeiro que ocorre em plataformas digitais de forma virtual onde o cliente pode acessar de qualquer lugar via rede de internet, sem necessariamente a presença física de um gestor ou agência física [7].

Nesta virtualização monetária, o consumidor tem acesso à realizar qualquer transação monetária desde que esteja disponível, a partir da contratação dos serviços.

#### B. Inclusão Digital

É a forma de democratizar o acesso à tecnologia, consiste no objetivo de favorecer ao consumidor jovem, idoso ou aqueles com menor poder aquisitivo, assim como os deficientes motores e intelectuais ou audiovisuais, para que não fiquem de fora deste sistema de inclusão que busca ampliar os serviços bancários à população [8].

O processo migratório do físico para o digital carece de cuidados e orientações, pois nem todas as pessoas possuem o conhecimento sobre as ferramentas digitais e ainda existe uma resistência relacionada a segurança das transações, por isso a inclusão digital ainda não está nos patamares ideais.

É nesse cenário que o presente trabalho tem por objetivo apresentar uma revisão da literatura dos bancos tradicionais sobre a relação entre os bancos digitais, e a satisfação e o comportamento e preferências do consumidor.

O presente artigo está organizado da seguinte maneira, na seção 2, a metodologia utilizada na pesquisa. A seção 3 apresenta os resultados obtidos através do formulário eletrônico. E a última seção apresenta as considerações finais

do estudo.

## II. METODOLOGIA

### A. Planejamento do estudo

Este trabalho faz parte de uma pesquisa de Projeto Integrador realizada no curso X de uma Instituição de Ensino. A pesquisa foi baseada em um levantamento bibliográfico e em pesquisa quantitativa e qualitativa. Para os procedimentos técnicos da pesquisa de campo, foi aplicado um formulário eletrônico<sup>1</sup> adaptado de [9] e criado na plataforma *Google Forms*, utilizando o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) explicando detalhes da pesquisa e finalidade dos dados coletados.

O formulário foi compartilhado com o máximo de pessoas, procurando atingir um público diversificado. Alguns alunos, professores e técnicos administrativos da instituição participaram da pesquisa, mas a pesquisa foi compartilhada com outras pessoas, sendo esse público maior do que o interno. O questionário foi disponibilizado por meio de e-mail, mensagens/whatsapp, durante o período de 01/12/2022 a 12/12/2022.

### B. Artefato

O formulário utilizado para obtenção dos dados foi estruturado em 4 (quatro) blocos de questões, no qual o 1º bloco está relacionado ao perfil dos participantes da pesquisa; o 2º bloco é referente ao serviço de atendimento prestado pelos bancos aos seus clientes; o 3º bloco de questões é o de acesso da segurança da informação, referente aos dados do cliente, com respostas através de escalas pontuando de 1 a 5 considerando o “risco” como fator principal. Por fim, no último bloco, referente a produtos, com questões sobre os produtos oferecidos pelos bancos e os benefícios agregados a esses produtos. O formulário conteve ao todo 35 (trinta e cinco) perguntas as quais são objetivas e contendo algumas questões onde era possível que o participante selecionasse mais de uma alternativa na resposta, com o intuito de obter respostas completas às questões relativas a bancos tradicionais e digitais.

### C. Métricas

O estudo utilizou para algumas questões a Escala Likert<sup>2</sup> de frequência com 05 (cinco) níveis que de acordo com a pergunta variam de “Nunca” até “Sempre”, em outras “Muito ruim” até “Muito bom”; “Insatisfeito” até “Muito satisfeito”. Em questões objetivas, utilizou-se as respostas específicas de “Sim” ou “Não” para uma determinada situação. Para coletar opinião dos participantes, por exemplo, de situações que poderiam não estar contempladas no formulário, ou para qualquer observação sobre a pesquisa, os participantes poderiam incluir algum comentário ao final do formulário.

<sup>1</sup> Link para formulário eletrônico: xxxx

<sup>2</sup> Escala Psicométrica utilizada em questionários.

Portanto, após a coleta de dados, as informações foram processadas, a fim de apresentar informações sobre os níveis de preferência bancária e compreender como as pessoas utilizam as ferramentas tecnológicas digitais dos bancos.

### III. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa, baseados em dados do levantamento bibliográfico e do formulário online. Através do questionário, 113 (cento e treze) pessoas participaram da pesquisa. Contudo, 01 (uma) pessoa na parte do TCLE optou por não participar da pesquisa.

#### A. Perfil dos participantes

Com os 112 (cento e doze) participantes da pesquisa, percebe-se que o grupo etário mais frequente ocorre nos participantes de 36 a 45 anos. Também verificou-se uma maior proporção de homens na pesquisa. Dentre a amostra, identificou-se majoritariamente que pessoas com ensino médio completo e superior incompleto representam 58,9% dos indivíduos participantes.

De acordo com os dados coletados dos participantes, a renda mais frequente ocorre nos grupos com até dois salários mínimos, faixa que representa 67,9% do total. O uso frequente dos serviços bancários em um mês é outra característica, das facilidades apresentadas pela tecnologia digital, uma vez que os entrevistados, que utilizam os serviços bancários constantemente, dão preferência ao canal de comunicação via smartphones. O perfil dos participantes é demonstrado na Tabela 1.

TABELA 1  
PERFIL DA AMOSTRA

Características	Categoria	Ocorrência	%
Idade	18-25	25	22,3
	26-36	26	23,2
	36-45	33	29,5
	46-65	23	20,5
	66+	5	4,5
Sexo	Masculino	63	53,3
	Feminino	49	43,8
Escolaridade	Fund.Incompleto	5	4,5
	Fund.Completo	4	3,6
	Médio Incompleto	8	7,1
	Médio Completo	39	34,8
	Sup.Incompleto	27	24,1
	Sup. Completo	23	20,5
	Mestrado ou Doutorado	6	5,4
Renda Familiar (Salários Mínimos)	Até 1 salário	46	41,1
	1-2 salários	30	26,8
	2-3 salários	9	8
	3-4 salários	5	4,5
	5-6 salários	13	11,6

	7-12 salários	8	7,1
	+ 12 salários	1	0,9
Frequência de uso (Mensal)	1-2 vezes	34	30,4
	3-5 vezes	29	25,9
	6-9 vezes	11	9,8
	10 ou +	38	33,9
Canal de Atendimento	Agência	18	16,1
	Telefone	5	4,5
	Internet Banking	12	10,7
	Aplicativo	77	68,8

Fonte: Os autores

#### B. Informações sobre serviços bancários

#### C. Atendimento

O segundo bloco de perguntas é referente ao serviço de atendimento prestado pelos bancos aos seus clientes. De acordo com [10], o processo de decisão de compra do consumidor é composto por cinco fases e dessas, o atendimento se encontra na segunda fase, a busca da informação.

Dos quesitos avaliados no atendimento, os bancos digitais apresentaram níveis altos de satisfação, entre os números 3 e 5 da escala aplicada, considerando regular, bom e muito bom, ou seja, essas instituições financeiras superaram as expectativas de seus clientes. Contudo, neste bloco os bancos tradicionais se mantêm com nível médio de expectativa de satisfação ao cliente, sendo utilizado o mesmo método anterior da escala aplicada.

#### D. Acesso à Segurança da Informação

No terceiro bloco de perguntas, o acesso da segurança da informação, referente aos dados do cliente, foram analisadas as respostas do questionário, que também foi utilizado a escala pontuando de 1 a 5 considerando “o risco” como fator principal.

Segundo o item 1 do terceiro bloco, a instituição financeira que mais transmite segurança e eficiência é o banco tradicional com 90 (noventa) de contagem, enquanto o banco digital obteve 33 (trinta e três) da contagem; neste item o participante pode ter mais de uma alternativa de resposta, pelo fato de possuir agência bancária diferente, logo constatamos o total de participação de 123 (cento e vinte três) da contagem.

No item 2, o banco tradicional obteve a participação de 71 (setenta e um) participantes, os quais possuem insegurança em relação ao fornecimento de informação de forma virtual. E no item 3, referente a segurança da informação, 41 (quarenta e um) dos participantes do banco tradicional se sentem seguros em conceder informação de forma virtual, favorecendo assim uma boa expectativa para os bancos tradicionais que se mantêm com 36,6% na fidelização de seus clientes quando o assunto é segurança da informação dos dados.

Portanto, o banco digital tem 76 (setenta e seis) dos participantes que possuem insegurança, enquanto os 36 (trinta

e seis) dos participantes sentem-se seguros em conceder as informações dos dados de forma virtual.

### E. Produto

De acordo com [11], os clientes criam expectativas por meio da experiência de compras anteriores, opiniões de amigos e parentes, entre outras. Considerando as cinco fases do processo de compra, os produtos oferecidos pelos bancos se encontram mais relacionados à terceira fase, de avaliação e alternativa.

Os produtos oferecidos pelos bancos e os benefícios agregados a esses produtos podem ser diferenciados para a decisão do processo de compra do cliente como é apresentado no quarto bloco de perguntas.

Assim, foi avaliada também a concessão do cartão de crédito, sendo a preferência aos bancos digitais com 66,1% contra a não aceitação de 33,9%. Em relação aos bancos físicos com 60,7% e não aceitação de 39,3%, a estimativa intermediou a preferência do crédito aos bancos digitais com satisfação do cliente em relação às tarifas inexistentes que consta 28,6% mais 20,6% de tarifas cobradas perfazendo um total de 49,2% de aceitação satisfatória ao cliente.

Embora de forma semelhante, os bancos tradicionais demonstram no bloco 4, o índice elevado com aprovação de 87 (oitenta e sete) respondentes de um total de 112 (cento e doze) participantes onde 77,7% tem segurança para aquisição de seguros e investimentos neste setor financeiro. Todos os dados de comparação entre os bancos físicos e digitais constam no Tabela 2.

TABELA 2  
INFORMAÇÕES GERAIS DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS

Comparação dos Bancos				
Perguntas	Banco Tradicional		Banco Digital	
	Ocorrências	%	Ocorrências	%
<b>Atendimento</b>				
1. Tempo gasto para resolução de problemas	85	82,2	92	75,9
2. Tempo para atender/solicitar e demanda	58	51,8	101	90,2
3. Tirar dúvida via internet ou pessoalmente	72	64,3	38	33,9
<b>Facilidade de acesso e Segurança da Informação</b>				
1. Transmite Eficiência e Segurança	90	80,4	33	29,5
2. Insegurança da Informação Virtual	71	63,4	76	67,9
3. Segurança da Informação Virtual	41	36,6	36	32,2
<b>Produto</b>				

1. Concessão de Cartão de Crédito	68	60,7	74	66,1
2. Insatisfação com Taxas e Tarifas	99	88,4	57	50,9
3. Produtos tipo Investimento e Seguros	87	77,7	81	72,4

Fontes: Os autores

### F. Análise quantitativa

De acordo com a Figura 1, dos 112 (cento e doze) participantes da pesquisa, 99 (noventa e nove) responderam que sabem a diferença de uma agência bancária física e uma agência bancária digital, enquanto os 13 (treze) selecionaram não saber a diferença.

Você sabe a diferença entre banco tradicional e banco digital?  
112 respostas

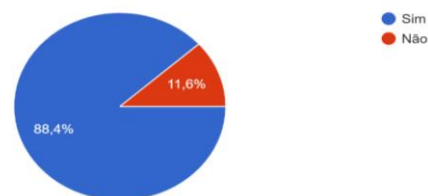


Fig. 1. Diferença entre banco tradicional e digital

De acordo com a Figura 2 sobre quais instituições financeiras os participantes possuem contas bancárias ativas, o resultado foi que 69 (sessenta e nove) possuem contas em ambos os bancos, 32 (trinta e dois) nos bancos tradicionais e 11 (onze) somente bancos digitais.

Quais instituições financeiras, você possui conta bancária?  
112 respostas

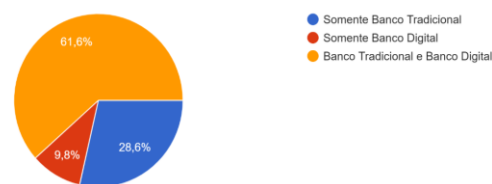


Fig. 2. Conta em Instituições bancárias

Conforme demonstrado na Figura 3, para a pergunta se os participantes possuem conta em banco digital, 82 (oitenta e duas) responderam sim, sendo um número considerável, em relação aos 30 (trinta) dos participantes que responderam não possuem conta em bancos digitais.

Você tem conta em algum banco digital?

112 respostas

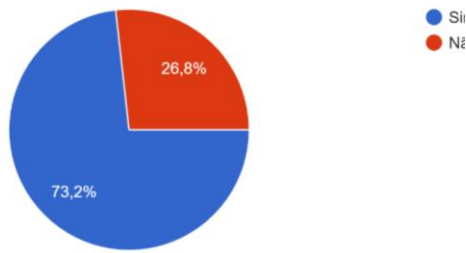


Fig. 3. Contas exclusivas em banco digital.

Com o resultado obtido através da Figura 4 observa-se que dentre os bancos digitais que fizeram parte da pesquisa, o Nubank foi o que teve o maior índice de preferência dos participantes, porém foram citados outros bancos como Banco Inter, Banco Next, Banco Neon, Banco Super Digital e outros com 45,3%. Tudo isso porque um cliente poderia ter uma ou mais contas em outros bancos digitais que não foram citados, além disso, esse quesito tinha mais de uma opção válida para o participante responder, por isso um índice de participação é de 150%.

Qual banco digital você possui? (Responder apenas se a resposta anterior for positiva)

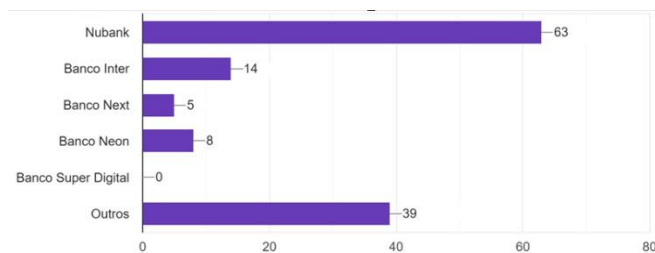


Fig. 4. Bancos Digitais utilizados.

Na Figura 5, observa-se que a quantidade de pessoas que utilizam o banco digital é bastante significativa. Isso nos mostra como o uso do banco digital e o Internet Banking apresenta um nível de preferência elevado com tendência à mudança no comportamento das pessoas, que está relacionado diretamente à tecnologia virtual. Conseqüentemente, o impacto da internet fará aumentar ainda mais a proporção de pessoas conectadas.

Em relação a facilidade de manuseio e acesso aos serviços bancários, você prefere?

112 respostas

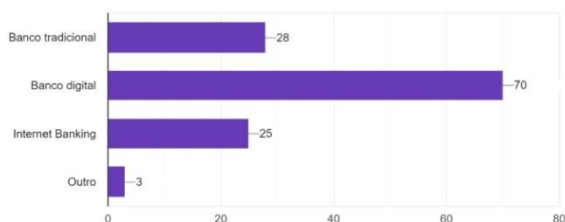


Fig. 5. Facilidade ao acesso bancário.

Segundo a representação da Figura 6, o banco digital foi o melhor na preferência dos participantes no qual 76 (setenta e seis) optaram em responder sim para esta escolha, em seguida o banco tradicional somente 9 (nove) dos respondentes obtiveram esta opção, enquanto 25 dos participantes escolheram ambas as respostas.

Qual banco possui disponibilidade de horário facilitado aos serviços e produtos bancários?

112 respostas

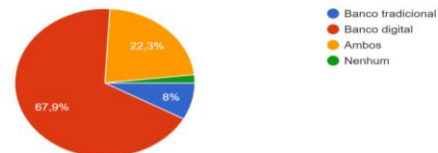


Fig. 6. Horário facilitado nos bancos.

Conforme apresentado na Figura 7, o banco tradicional obteve uma resposta com semelhança balanceada em relação ao banco digital, onde respectivamente o primeiro obteve 40 (quarenta) participação por parte dos clientes e o segundo 39 (trinta e nove), no entanto 29 (vinte e nove) escolheram ambas as respostas.

Referente ao atendimento, quem disponibiliza de melhor clareza nas informações para solucionar os problemas?

112 respostas

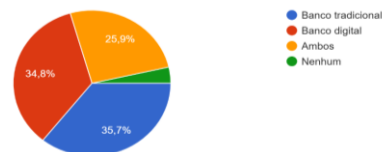


Fig. 7. Clareza nas informações.

Na Figura 8, referente à abertura e encerramento de contas bancárias, facilidade e rapidez o banco digital obteve 59,8% dos participantes favoráveis, enquanto que o banco tradicional e ambas as respostas obtiveram 17%.

Em relação a abertura e encerramento de contas bancárias, qual proporciona mais facilidade e rapidez?

112 respostas

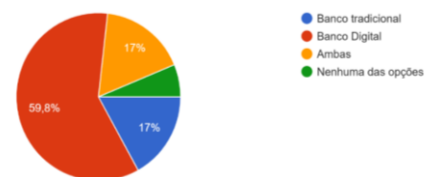


Fig. 8. Abertura e encerramento de contas bancárias.

Na Figura 9 apresenta o resultado de 102 (cento e dois) participantes afirmando, já ter realizado transferência por via PIX, porém 10 (dez) não realizaram esta modalidade. Portanto, isso é de suma importância na evolução tecnológica digital, pois demonstra o comportamento do consumidor em função da era cibersegurança.

Você já realizou a transação na modalidade PIX?  
112 respostas

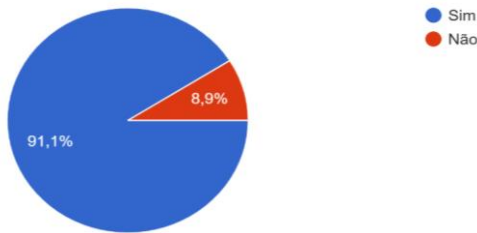


Fig. 9. Transação via PIX.

Através da Figura 10 é possível visualizar que a informação referente à praticidade do PIX, é realmente notável e que dos 99 (noventa e nove) participantes afirmaram que sim, isto é um número muito significativo enquanto 4 (quatro) afirmam que não, e 9 (nove) responderam talvez.

Você avalia a transação de PIX como prática?  
112 respostas

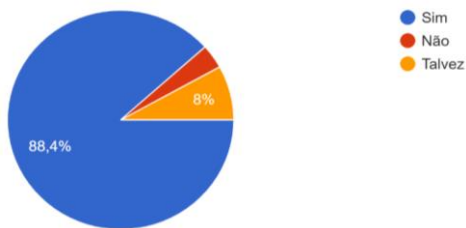


Fig. 10. Praticidade da Transação via PIX.

Na análise da Figura 11 das informações referente a segurança dos dados, 79 (setenta e nove) afirma que o procedimento é seguro e 6 (seis) responderam que não, enquanto 27 (vinte e sete) opinaram que talvez. Analisando a Figura 12, observa-se a afirmação dos participantes em atribuir uma nota de 1 (um) a (5) cinco que corresponde ao grau de satisfação com Qualidade Geral na utilização do Internet Banking, e o número de participantes 19 (dezenove) e 90 (noventa) corresponde respectivamente ao mínimo e máximo do quantitativo de respondentes.

Você avalia a transação de PIX como segura?  
112 respostas

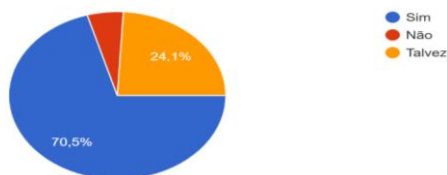


Fig. 11. Segurança na transação via PIX.

Em relação a sua satisfação com a QUALIDADE GERAL dos serviços prestados pelo Banco, mas especificamente o site (internet banking), na última vez, qual nota você daria?  
109 respostas

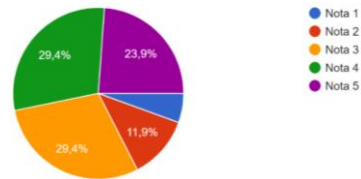


Fig. 12. Avaliação do Internet Banking.

Como [12] definiram que o comportamento do consumidor está relacionado à busca de satisfação, quando ele percebe a necessidade de um produto ou serviço e esse produto tem a capacidade de resolver o problema, a sua necessidade.

Portanto, a Figura 13 demonstra a satisfação dos consumidores com a Qualidade Geral do procedimento da Agência Física, a afirmação dos participantes em atribuir uma nota de 1 (um) a 5 (cinco) é referente a última vez que utilizaram os serviços e produtos ofertados por esta instituição financeira, onde 88 (oitenta e oito) optaram pela nota máxima, enquanto 24 (vinte e quatro) atribuíram nota mínima no total de participação.

Em relação a sua satisfação com a QUALIDADE GERAL dos serviços prestados pelo Banco, mas especificamente na agência física, na última vez, qual nota você daria?  
112 respostas

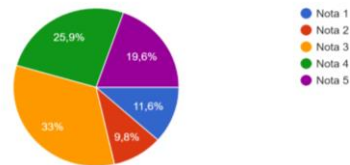


Fig. 13. Avaliação da Agência Física.

A Figura 14 demonstra a afirmação dos participantes em atribuir uma nota de 1 (um) a 5 (cinco) referente a satisfação com Qualidade Geral ao acesso de uso do Aplicativo Móvel no Celular (Smartphones, tablet e computadores), os respondentes atribuíram 99 (noventa e nove) nota máxima, e 11 (onze) nota mínima.

Em relação a sua satisfação com a QUALIDADE GERAL dos serviços prestados pelo Banco, mas especificamente o aplicativo, na última vez, qual nota você daria?  
110 respostas

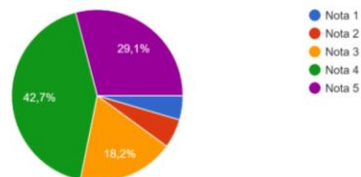


Fig. 14. Acesso pelo Aplicativo Celular.

Como exposto na Figura 15, cerca de 84 (oitenta e quatro) dos participantes afirmaram confiar nos serviços disponibilizados pelas suas instituições bancárias, já os 28 (vinte e oito) afirmaram não confiar.

No quesito Confiabilidade, você conhece os serviços fornecidos do seu banco e se sente seguro em disponibilizar seus dados?

112 respostas

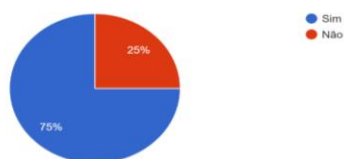


Fig. 15. Confiabilidade nos Bancos.

#### IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, em decorrência da evolução tecnológica dos bancos, este trabalho buscou identificar quais as diferenças dos níveis de satisfação entre os clientes de bancos tradicionais e bancos digitais.

Nesse novo cenário com os bancos digitais então apresentou-se informações sobre a origem dos bancos digitais correlacionando com a evolução tecnológica (“startup” e “fintechs”) e demonstrando os níveis de satisfação dos clientes em relação ao atendimento, produtos e serviços ofertados pelos bancos tradicionais e bancos digitais realizando um comparativo dos resultados frente às teorias relacionadas.

Para além da análise apresentada na presente pesquisa, foi observado que os clientes de bancos tradicionais são clientes que atribuem confiança a estas instituições financeiras, quando o assunto é segurança da informação dos dados, isso porque uma das características dos bancos tradicionais presentes no mercado é o tratamento dos dados bancários dos clientes como pertencentes a eles. Porém, com a abertura dos bancos (“Open Banking”), esses dados passam a serem vistos como pertencentes aos clientes, também por fazerem parte de um público com melhor experiência, sabem definir as suas exigências e demandas em relação aos produtos ofertados, desde o atendimento até os procedimentos pós-compra.

Assim, os bancos tradicionais devem estudar melhor as medidas de segurança a serem tomadas, com relação aos dados bancários a fim de manter a fidelização dos clientes.

Além do mais, com todas as informações disponíveis para os bancos analisarem, as instituições podem traçar o perfil mais detalhado de cada cliente e, dessa maneira, oferecer ofertas e produtos personalizados, para poder elevar o nível de satisfação e procurar atender a suas expectativas e necessidades conforme avaliados na pesquisa, pois são fatores determinantes para a tomada de decisão do cliente e da instituição financeira.

Enquanto os bancos digitais apresentam um nível de satisfação máxima de acordo com a pesquisa, os mesmos possuem um público que ainda está definindo seus padrões de qualidade, experiência e expectativas, podendo apresentar opiniões voláteis.

Contudo, percebe-se que são muitos recursos tecnológicos que os bancos podem estar utilizando para agregar valor aos seus produtos e serviços, garantindo a fidelização de seus

clientes e possibilitando o crescimento da instituição financeira, melhorando ainda mais os serviços bancários.

#### REFERÊNCIAS

- [1] C. I. Marques and F. B., "Bancos Digitais X Bancos Tradicionais: Uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário brasileiro," Uberlândia, p. 64, 2019. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia.
- [2] Banco Central do Brasil, "Arranjo de Pagamento: arranjo e instituição de pagamento autorizados pelo BCB," Brasília, DF: BACEN, 2019. Disponível em: [https://www.bcb.gov.br/acesoinformação/perguntasfrequent es-respostas/faq\\_arranjo\\_ip](https://www.bcb.gov.br/acesoinformação/perguntasfrequent es-respostas/faq_arranjo_ip). Acesso em: 14 jan. 2023.
- [3] B. King, "Branch today, gone" Edição Kindle, Cingapura: Marshall Cavendish business, 2012.
- [4] Federação Brasileira de Bancos, "Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária volume 1, 2, 3 2022". Febraban. Disponível em: <https://febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>. Acesso em: 2023.
- [5] F. Vale, G. A. S. Pinto, K. A. C. Marques, and M. O. Teodoro, "PIX: tecnologia do Brasil," Revista Latino-americana de estudos científicos, vol. 3, no. 16, 2022.
- [6] G. Barros, I. Coelho, and V. Palomares, "O impacto das fintechs no setor bancário nacional," Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística, vol. 7, no. 3, pp. 83-111, 2019.
- [7] I. J. Assis, L. A. Mazarão, and M. R. H. Gonçalves, "O crescimento da tecnologia financeira no Brasil: uma análise sobre a (ex) inclusão digital no cenário econômico nacional," Monografia, Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2022.
- [8] P. T. Olegário and F. Gallo, "Banco Postal e Uso do Território no Brasil: da inclusão financeira à inclusão digital," Geografia (Londrina), vol. 30, no. 1, pp. 23-41, 2021.
- [9] D. S. Guimarães Júnior et al., "A Percepção da Inovação Tecnológica em Serviços e a Fidelização de Clientes: uma análise do setor de serviços bancários," Revista Gestao.org, vol. 19, no. 2, pp. 232-249, 2021.
- [10] Philip Kotler, "Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos," São Paulo: Pearson, 2005.
- [11] P. Kotler, "Princípios de Marketing," São Paulo: Pearson, 2014.
- [12] R. D. Blackwell, P. W. Miniard, and J. F. Engel, "Comportamento do consumidor," 9. ed. São Paulo, 2005.