

CLIENTES DE BANCOS DIGITAIS: PERFIS E PREFERÊNCIAS

DIGITAL BANKS CUSTOMERS: PROFILES AND PREFERENCES

Késsia Raquel Matos Garcia

Graduanda em ciências contábeis, Universidade Federal do Ceará.

kessiaraquelmg@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-9825-2633>

Wanessa Hellen Santana do Nascimento

Graduanda em ciências contábeis, Universidade Federal do Ceará.

whellem85@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-3037-0892>

Érico Veras Marques

Doutor em administração de empresas (EAESP/2004), Universidade Federal do Ceará.

ericovmarques@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-0011-6938>

Jocildo Figueiredo Correia Neto.

Doutor em administração de empresas (EAESP/2010), Universidade Federal do Ceará.

jocildo@ufc.br

 <https://orcid.org/0000-0003-0839-5804>

DOI: <https://doi.org/10.36942/reni.v7i2.650>

RESUMO

Bancos digitais são as fintechs com maior visibilidade entre a população. Há alguns anos, buscam ganhar espaço junto aos clientes, provendo de maneira virtual vários serviços oferecidos há décadas pelas instituições bancárias tradicionais. Conseguir clientes em um mercado estabelecido é desafiador para estas instituições, levando a uma questão central: quais são as características dos clientes de bancos digitais? Assim, o objetivo dessa pesquisa é descrever o perfil dos clientes dos bancos digitais. Para tanto, foram realizadas 50 entrevistas, permitindo segmentar usuários e não usuários de bancos digitais e identificar, dentre outros aspectos, os motivos que os levam a utilizar ou não bancos digitais. Conclui-se que os entrevistados são majoritariamente jovens, solteiros e com ensino superior incompleto, e os serviços utilizados são predominantemente básicos, tais como pagamentos de contas e utilização de cartões de crédito. Ademais, as maiores vantagens percebidas foram facilidade de uso, opções de investimento e ausência de taxas.

Palavras-chave: Bancos digitais. Fintechs. Clientes.

ABSTRACT

Digital banks are the fintechs with the highest visibility among the population. For some years now, they have sought to gain space with customers, providing virtually several services offered for decades by traditional banking institutions. Getting customers in an established market is challenging for these institutions, leading to a central question: what are the characteristics of digital bank customers? Thus, the objective of this research is to describe the profile of customers of digital banks. For that, 50 interviews were carried out, allowing to segment users and non-users of digital banks and identify, among other aspects, the reasons that lead them to use or not to use digital banks. It is concluded that the interviewees are mostly young, single, and with incomplete higher education, and the services used are predominantly basic, such as bill payments, and use of credit cards. Furthermore, the biggest perceived advantages were ease of use, investment options, and absence of fees.

Keywords: Digital banks. Fintechs. Customers.

JEL Classification: M13 -New Firms • Startups.

1 INTRODUÇÃO

O Sistema Financeiro Nacional (SFN), de acordo com o Banco Central do Brasil (BACEN), é formado por entidades e instituições que oferecem intermediação financeira, em que pessoas, empresas e governo encontram-se como tomadores e credores, promovendo a circulação de recursos financeiros entre estes entes. A intermediação financeira tem uma função essencial nas economias de mercado, uma vez que as instituições financeiras viabilizam o funcionamento do sistema de pagamentos e de investimentos mediante a constante interação entre os diversos agentes econômicos (CUNHA, 2020).

Ao longo dos anos, o sistema bancário passou por diversas ondas de inovação e tecnologia para proporcionar melhores padrões de atendimento aos seus clientes. Tais investimentos priorizavam a inovação de processos com o objetivo de elevar a rentabilidade das instituições bancárias, dando pouca ênfase à comodidade de seus clientes (MARQUES, 2019). No ano de 2013, refletindo uma visão direcionada à experiência dos clientes e representando um uso disruptivo da tecnologia, foram criados os bancos digitais. Segundo Berdi e Orso (2019), diante da exigência de serviços mais rápidos, seguros e personalizados, os bancos digitais surgiram proporcionando facilidade no acesso aos serviços financeiros e conveniência ao cliente por meio da inovação tecnológica.

De acordo com Sigoli e Hofmann (2020), o setor bancário brasileiro tem predominância de bancos tradicionais os quais, apesar de utilizem recursos tecnológicos na prestação de serviços, dependem em boa medida de sua infraestrutura física para promover o atendimento a clientes. Diante disso, conforme dados do BACEN (2020) sobre as instituições bancárias brasileiras, há atualmente 157 instituições classificadas como bancos comerciais, múltiplos e caixa econômica no Brasil. Ainda conforme o BACEN, o sistema bancário brasileiro é altamente concentrado, tendo a Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Itaú Unibanco, Bradesco e Santander em conjunto, no ano de 2018, 70,9% das operações bancárias. Em 2019, esses bancos aumentaram este percentual para 81% (REIS, 2020).

Apesar dessa alta concentração de bancos tradicionais, os bancos digitais têm se popularizado nos últimos anos. Tal popularização demonstrou-se ainda mais forte

durante a pandemia da COVID-19, conforme pesquisa realizada pela Federação Brasileira de Bancos (FEBRABRAN, 2020).

Portanto, o recente advento dos bancos digitais sugere um longo percurso para estas instituições inovadoras em um caminho fortemente concentrado e com competidores robustos e bem estabelecidos no mercado. Assim, eles terão que ganhar participação no mercado buscando tanto clientes que ainda não participam do mercado bancário quanto clientes que já participam desse mercado como consumidores de bancos tradicionais.

Diante disso, conhecer o perfil dos clientes de bancos digitais é extremamente importante, a fim de compreender melhor as suas necessidades. Logo, esse estudo busca responder à seguinte pergunta de pesquisa: quais são as características dos clientes dos bancos digitais?

Para responder à questão de pesquisa, o trabalho tem como objetivo geral descrever as características dos clientes dos bancos digitais. Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: (a) detalhar o perfil socioeconômico dos clientes dos bancos digitais; (b) identificar os principais produtos e serviços consumidos; identificar os fatores que levam à escolha de bancos digitais; (c) identificar em que instituições os clientes dos bancos digitais possuem contas; (d) identificar como são feitos os seus investimentos; e (e) identificar o motivo da escolha por um banco digital.

A pesquisa tem caráter qualitativo, pois coletou dados por meio da condução de cinquenta entrevistas, as quais permitiram descrever o perfil dos participantes no que se refere ao uso ou não de bancos digitais. Após a condução das entrevistas, os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo, que permitiu descrever suas características e atingir os objetivos traçados.

Esse artigo está dividido em cinco seções. A primeira seção apresenta a introdução, contendo o contexto da pesquisa, a questão de pesquisa e os objetivos geral e específicos. A segunda seção abrange o referencial teórico, formado pelo sistema bancário nacional, evolução do sistema bancário e bancos digitais. A seção seguinte apresenta os procedimentos metodológicos adotados. A quarta seção apresenta os resultados coletados e analisados. A quinta e última seção traz as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico que permite fundamentar a pesquisa é apresentado nessa seção. Inicialmente, o sistema bancário nacional é apresentado. Em seguida, apresenta-se uma discussão sobre a evolução desse sistema e, por fim, são apresentados os bancos digitais.

2.1 Sistema bancário tradicional

O Sistema Financeiro Nacional (SFN), de acordo com o Banco Central do Brasil (BACEN), é formado por entidades e instituições que oferecem intermediação financeira, em que pessoas, empresas e governo encontram-se como tomadores e credores, promovendo a circulação de recursos financeiros entre estes entes. A intermediação financeira tem uma função essencial nas economias de mercado, uma vez que as instituições financeiras viabilizam o funcionamento do sistema de pagamentos e de investimentos mediante a constante interação entre os diversos agentes econômicos (CUNHA, 2020).

O BACEN dispõe que, entre os agentes que compõem o Sistema Financeiro Nacional, os operadores são as instituições que lidam diretamente com o público, dentre os quais destacam-se os bancos. Os bancos são instituições financeiras especializadas em intermediar o dinheiro entre poupadores e tomadores, além de manter o dinheiro sob custódia. No Brasil, os bancos estão sob a supervisão do BACEN, agindo conforme as regulações do SFN. Conforme Assaf Neto (2018), os bancos comerciais oferecem variados produtos e serviços aos seus clientes, tais como contas poupança e corrente, fundos de investimentos, empréstimos, cartões de crédito e débito, dentre outros.

Em 1990, com a estabilização econômica do país, foi perceptível que o setor bancário brasileiro passou a ser conduzido pelas forças de mercado, em que o ambiente é mais dinâmico e competitivo (GOMES; OLIVEIRA; MATIAS, 2017). O sistema bancário é responsável pela oferta de crédito de um país, determinando a taxa de juros cobrada ao consumidor. No Brasil, quem busca empréstimos e outras formas de crédito nos bancos percebe que as taxas cobradas são elevadas, e um dos possíveis motivos para isso é a alta concentração bancária no país. Em 2019, os maiores bancos do Brasil, Itaú, Banco

do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica e Santander, possuíam 81% dos ativos do segmento bancário nacional (REIS, 2020).

De acordo com Sigoli e Hofmann (2020), o setor bancário brasileiro tem predominância de bancos tradicionais os quais, apesar de utilizem recursos tecnológicos na prestação de serviços, dependem em boa medida de sua infraestrutura física para promover o atendimento a clientes. Porém, segundo Oliveira, Reis e Souza Júnior (2018), esse sistema tem recebido críticas no que se refere ao relacionamento burocrático e lento com os clientes, além, e mais importante, do descaso com as demandas gerais do consumidor. Para Silva e D'Souza (2021), o crescimento dos bancos digitais está associado a exatamente à insatisfação dos clientes com as instituições financeiras tradicionais.

Com o período de distanciamento social, durante a pandemia da COVID-19, e o pagamento do auxílio emergencial, o processo de bancarização brasileiro acelerou. Conforme dados do BACEN, nesse período, 9,8 milhões de pessoas começaram a utilizar serviços de instituições financeiras, o que também se refletiu na adesão aos bancos digitais (GARCIA, 2020). Conforme a pesquisa realizada pela FEBRABAN (2020), a pandemia da COVID-19 contribuiu para o crescimento da utilização de serviços bancários digitais, já que 60% dos respondentes da pesquisa afirmam que intensificaram o uso de canais virtuais durante a pandemia.

2.2 Evolução do sistema bancário

Ao longo dos anos, o sistema bancário passou por diversas ondas de inovação e tecnologia para proporcionar melhores padrões de atendimento aos clientes. Cernev, Diniz e Jayo (2009) destacam cinco ondas ocorridas na tecnologia bancária.

A primeira onda ocorreu na década de 1960 e teve início com a adoção de computadores de médio porte e sistemas responsáveis pelo registro das movimentações bancárias. Além disso, havia uma central de processamento de dados para registro diário das contas e das movimentações, em que os saldos eram comparados a cada dia. A segunda onda teve início na década de 1970, com a automação proporcionada dos caixas das agências e terminais de autoatendimento interligados a sistemas de processamento de dados também adotados no período. O surgimento de redes de caixas eletrônicos em locais públicos marcou o início da terceira onda de inovação dos bancos, tornando os

bancos operacionalmente mais eficientes e reduzindo o deslocamento dos clientes para as agências. Em seguida, na década de 1990, o *internet banking* tornou-se a inovação que caracterizou a quarta onda, proporcionando maior interação para os clientes que possuíam acesso a computadores pessoais. A quinta onda em tecnologia se relaciona à ampliação da base tradicional de clientes bancários, centrando-se na sua mobilidade e convergência para o digital (CERNEV; DINIZ; JAYO, 2009). A partir disso, a cada etapa da evolução, os mercados e os clientes tornaram-se mais exigentes e novas necessidades foram surgindo. Dessa forma, a tecnologia passou a compor a vida de milhões de clientes em suas rotinas bancárias (SILVA; UEHARA, 2019).

No entanto, apesar de tanto progresso, há cenários que tornam mais incertos os modos de evolução e os modelos de negócio. Com a crise financeira de 2008 nos Estados Unidos, uma série de problemas instalaram-se na economia. Durante a crise, o setor bancário foi bastante atingido, uma vez que o comportamento dos consumidores se alterou em um momento de desconfiança nos bancos dada a instabilidade das instituições da época (ALVES, 2018).

Apesar das medidas tomadas para o fortalecimento financeiro, persistiu nos clientes bancários a imagem negativa perante os modelos tradicionais bancários. Em contrapartida, havia uma reação positiva quanto às novas formas de prestação de serviços bancários, com as *fintechs* (ALVES, 2018). O termo deriva das palavras em inglês *technology* e *financial* (tecnologia e financeiro, em tradução livre), referindo-se à tecnologia financeira (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015). Ele é utilizado para caracterizar empresas que promovem serviços financeiros inovadores, em que o modelo de negócio se baseia fundamentalmente na tecnologia da informação (PASCUAL; RIBEIRO, 2020). O mercado financeiro é uma indústria extremamente vulnerável à disrupção proporcionada pela tecnologia. Assim, diante da disponibilidade de novas tecnologias, os serviços financeiros existentes são melhorados e novos serviços surgem, desafiando severamente os bancos tradicionais.

As *fintechs* também têm ganhado espaço no Brasil, a partir da captação de novos clientes (ALVES, 2018; PASCUAL; RIBEIRO, 2020). Conforme Alves (2018), a avidez por dinamicidade e facilidade, além de custos reduzidos, fizeram com que os bancos digitais surgissem em um contexto bastante favorável a novos produtos e serviços. O novo modelo de prestação de serviços que eles trouxeram também refletiu o próprio

comportamento do consumidor e as necessidades atuais (MASCARENHAS; PERPÉTUO; BARROTE; PERIDES, 2021).

2.3 Bancos digitais

Os bancos digitais foram criados em 2013, dentro de um mercado tradicional que até então investia em inovação de processos com o mero objetivo de elevar sua rentabilidade e com pouca preocupação com a comodidade de seus clientes (MARQUES, 2019). Segundo Berdi e Orso (2019), o século XXI exigiu serviços mais rápidos, seguros e personalizados, favorecendo a criação dos bancos digitais, os quais proporcionam facilidade no acesso aos serviços financeiros e conveniência ao cliente por meio da inovação tecnológica. Com isso, diversos processos que eram realizados de forma manual foram substituídos por sistemas de programação e maquinário. Nessa vertente, os chamados bancos digitais são os bancos que funcionam apenas no meio digital por meio da internet, realizando vários tipos de serviços digitalmente, cuja amplitude vem aumentando, fazendo com que, por exemplo, bancos digitais não tenham agências físicas (CRUZ, 2019).

Os bancos digitais também são vistos como uma forma ampliada de *fintechs*, as quais, a partir das inovações tecnológicas e digitais no setor, tornaram-se aptos a atenderem às necessidades dos clientes bancários. Os bancos digitais trazem ainda mais personalização e agilidade aos clientes, que, em contrapartida, tornam-se cada vez mais exigentes (ALVES, 2018). Segundo Silva e D'Souza (2021), o banco digital é um tipo de *fintech* que utiliza da tecnologia para realizar operações bancárias, com a finalidade de desenvolver produtos e serviços digitais adaptáveis às necessidades de clientes digitais.

Segundo Furtado e Mendonça (2020), da percepção do cliente, a pessoa ter uma conta em um banco digital possui várias vantagens como as tarifas mais baixas e atendimento pelo telefone celular. Os bancos digitais conseguem reduzir seus custos, quando comparados aos bancos tradicionais, permitindo a cobrança de tarifas e taxas mais baixas (SIEGL; DEVECCHI; FERREIRA JUNIOR; BUSSMANN; 2018).

Segundo Costa (2019), os bancos possuem dois desafios principais. O primeiro é crescer juntamente com seus clientes, reconhecendo-os como cidadãos. O segundo é ganhar economia de escala com o acesso de mais clientes. Segundo Marques (2019), com o sucesso que as contas digitais obtiveram, essas instituições conquistaram

milhares de clientes e passaram a desenvolver mais produtos e serviços, fazendo com que eles concorressem frontalmente com os bancos tradicionais na conquista de clientes e na imagem de efetividade e custo-benefício das instituições financeiras. No Brasil, no início de 2020, o banco Nubank, por exemplo, chegou à marca de 20 milhões de clientes e o Banco Inter alcançou seus 5 milhões, destacando-se no cenário do país (REIS, 2020). Tal crescimento explicita uma diferença entre esses novos concorrentes e os bancos tradicionais: os bancos tradicionais estão mais focados em seus produtos, enquanto os digitais e as *fintechs* têm um enfoque especial nos seus clientes (SAID, 2020).

3 METODOLOGIA

O estudo realizado foi descritivo, dado que se trata de pesquisa com objetivo central descrever características de determinado fenômeno ou população (GIL, 2010). A abordagem do problema foi qualitativa, com base na compreensão de respostas para se chegar a resultados analisados (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Ao investigar os bancos digitais, a partir dos objetivos da presente pesquisa e do referencial teórico, foram elencados seis pressupostos de pesquisa. O primeiro (P1) é que os clientes são jovens. A geração Y ou geração do milênio encontrou nos bancos digitais processos menos burocráticos e mais informais, quando comparados aos bancos tradicionais, o que atraiu esse novo segmento de consumidores (ALVES, 2018). Além disso pressuposto liga-se ao objetivo de detalhar o perfil socioeconômico dos entrevistados.

O segundo pressuposto (P2) é que os clientes buscam serviços básicos. Esse pressuposto busca, junto ao segundo objetivo do estudo, identificar os principais produtos e serviços consumidos. Conforme pesquisa realizada pelo SPC (2020), o serviço mais utilizado pelos usuários de bancos digitais é o pagamento de contas (45%) e a verificação de extrato (16%).

O terceiro pressuposto (P3) estabeleceu que o principal motivo para a adoção de bancos digitais são os custos baixos. O foco no relacionamento digital e nos custos baixos de seus serviços foram o meio como os bancos digitais impactaram o mercado financeiro brasileiro (MARQUES, 2019).

Para o quarto pressuposto (P4), estabeleceu-se que os clientes de bancos digitais também possuem contas em outros bancos. A pesquisa realizada pelo SPC (2020) denota que cerca de 84% dos clientes de bancos digitais também possuem contas em bancos tradicionais.

O penúltimo pressuposto (P5) afirma que os investimentos são feitos em outras instituições. Em pesquisa realizada pelo SPC (2020), 44% dos clientes de bancos digitais que realizam investimentos com o auxílio de *fintechs* também têm investimentos em bancos tradicionais. O pressuposto também teve como base o objetivo de identificar como são feitos os investimentos.

O sexto e último pressuposto (P6) é que os clientes de bancos digitais, em sua maioria, não são clientes de alta renda. A fim identificar o perfil socioeconômico dos entrevistados, conforme um dos objetivos da pesquisa, esse pressuposto foi elencado. Em pesquisa realizada pelo Credit Suisse com o Gerson Lehman Group (TELLES; TANGANELLI; GARCIA; ARAUJO, 2021), observou-se que 70% dos usuários dos bancos digitais têm renda mensal inferior a R\$ 5.000,00.

Quadro 1: Roteiro das entrevistas

Objetivo	Pergunta	Pressuposto
a	Com qual gênero você se identifica	
	Qual a sua idade?	P1
	Possui renda própria? Qual a sua fonte de renda?	P6
	Qual a sua escolaridade?	
	Qual o seu estado civil?	
	Possui dependentes?	
b	Quais serviços de bancos digitais já utilizou?	P2
d	Você utiliza serviço de quais bancos?	P4
	Qual o seu banco principal?	P4
f	Por que você utiliza esse banco digital?	P2
	Qual o diferencial do banco digital que você utiliza?	P2 e P3
c	O que te motivou a aderir aos bancos digitais? Há quanto tempo aderiu?	P2 e P3
	Quais são as principais vantagens e desvantagens dos bancos digitais?	P2 e P3
	Algo nos bancos tradicionais te motivou a aderir aos bancos digitais?	P2 e P3
e	Você realiza investimentos? Em que banco?	P5
	Como você realiza os seus investimentos?	P5

Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto à coleta de dados, foram realizadas entrevistas pessoais entre os meses de maio e junho de 2021, com respondentes moradores da Região Metropolitana de Fortaleza no estado do Ceará. Utilizou-se um roteiro de 16 questões subjetivas baseado nos objetivos e pressupostos do estudo. Ao todo, foram realizadas 50 entrevistas, uma vez que a partir deste patamar, verificou-se saturação das respostas obtidas.

A análise das respostas se deu mediante a análise de conteúdo, conforme Bardin (2011) e foi segmentada em três etapas. A primeira buscou compreender o perfil demográfico dos entrevistados. A partir disso, a segunda etapa analisou os indivíduos que não utilizam serviços de bancos digitais, e a terceira trouxe os resultados dos usuários de bancos digitais. A relação entre objetivos, perguntas e pressupostos pode ser observada no Quadro 1.

A partir disso, são discutidos os resultados das entrevistas realizadas, na presente pesquisa.

4 RESULTADOS

Com o objetivo de aprofundar mais o estudo, foram realizadas entrevistas voltadas para dois perfis: quem não utiliza conta em bancos digitais e quem utiliza. Por meio dessas entrevistas, foi realizada uma análise qualitativa nos dados coletados, fazendo comparações entre as respostas obtidas. O estudo foi dividido em três etapas. A primeira analisou o perfil dos entrevistados; a segunda analisou quem não utiliza bancos digitais; e a terceira analisou quem utiliza bancos digitais.

4.1 Primeira etapa: análise descritiva

O estudo de caso foi composto por 50 entrevistados, na faixa etária de 18 anos a 22 anos. O perfil dos entrevistados foi 52% feminino e 48% masculino, sendo todos solteiros. Em relação à renda dos respondentes, 54% não possui renda própria, sendo ela proveniente da família. Dentre os demais, destacam-se os bolsistas (24%), estagiários (8%) e trabalhadores formais (8%). A respeito da escolaridade, a maioria dos entrevistados possui ensino superior incompleto (86%). Dentre os demais, 8% possuem

curso técnico, 4% possuem ensino médio e apenas 2% possuem o ensino superior completo.

Os casos de quem não utiliza serviços de bancos digitais resumiram-se a 15 pessoas, sendo 53,30% do gênero feminino e 46,70% do gênero masculino. Todos são jovens, com idades entre 19 e 21 anos, predominantemente solteiros e sem dependentes. Em relação à renda, 60% não possui, e, entre aqueles que possuem, a maior porcentagem concentra-se em bolsistas (33,30%) e trabalho formal (6,7%). A respeito da escolaridade, 93,30% têm ensino superior incompleto.

Os entrevistados que utilizam serviços de bancos digitais compõem 35 pessoas. Em relação ao gênero, foram 54,3% feminino e 45,7% masculino. Em relação à idade, o perfil demonstrou ser 100% jovens, com idades entre 18 e 22 anos. Em relação à renda, 51,40% não possui, e entre aqueles que possuem a maior porcentagem concentra-se em bolsistas (20%), estagiários (11,40%), trabalho formal (8,60%), trabalho informal, jovem aprendiz e aposentado no INSS (2,90% cada). A respeito da escolaridade, os casos são compostos principalmente de pessoas com Ensino Superior incompleto, esse representando 82,90%. 100% deles são solteiros e sem dependentes.

4.2 Segunda etapa: pessoas que não utilizam bancos digitais

Dentre os entrevistados que não utilizam serviços de bancos digitais, foram elencados os bancos tradicionais utilizados. 46,70% utilizam o Bradesco, seguido da Caixa Econômica Federal (20,00%), Banco do Brasil (13,30%) e Banco Santander (6,70%). 13,30% não utilizam serviços bancários.

Os entrevistados elencaram motivos pelos quais não utilizam bancos digitais. Para 33,3% dos entrevistados, eles não têm necessidade neste tipo de serviço. 26,7% afirmam sentirem-se inseguros ao usar bancos digitais. 20% não possuem renda própria e, conseqüentemente, não utilizam nem bancos tradicionais e nem digitais. 13,3% estão satisfeitos com os bancos tradicionais e optaram por permanecer apenas neles. Por fim, 6,7% alegaram falta de informação sobre bancos digitais.

4.3 Terceira etapa: Pessoas que utilizam bancos digitais

Em relação aos entrevistados que utilizam serviços de banco digitais, buscou-se, inicialmente, saber que serviços eles utilizam. A respeito dos serviços já utilizados e

os que mais utilizam, foram citados com maior frequência: transferência bancária (68,57%), cartão de crédito (65,71%), pagamentos de boleto (48,57%), PIX (42,86%), depósitos (25,71%); Cartão de débito (14,29%), poupança (14,29%), investimentos (11,43%), recargas de celular (11,43%).

Os entrevistados elencaram os bancos que eles utilizam. 82,86% deles são clientes do Nubank, 31,43% são da Caixa e 28,57% são do Banco Inter. Torna-se nítido que bancos digitais concentram a maior parte dos clientes da presente pesquisa. Em percentuais menores, têm-se o Bradesco (25,71%), Banco do Brasil (20%), C6 (8,57%), Itaú (5,71%), Neon (5,71%), Picpay (5,71%), Pagbank (2,86%), Santander (2,86%) e Next (2,86%).

Em relação aos bancos principais, o Nubank é o banco principal de 62,9% dos entrevistados, seguido do Inter (11,40%) e do Banco do Brasil (8,6%). Denota-se que os bancos digitais estão sendo utilizados com maior recorrência quando comparados aos tradicionais. Além disso, 5,7% utilizam o Bradesco, 5,7% a Caixa Econômica Federal, 2,9% utilizam o banco Next e 2,9% o PagBank. Pode-se perceber que, apesar de a Caixa Econômica Federal ser o segundo mais utilizado entre os respondentes, não é considerado o principal por muitos deles.

Os maiores motivos de utilizar contas pelos bancos digitais são a facilidade de uso (62,86%) e a isenção de taxas (25,71%). Os demais motivos foram: aplicativo fácil e atrativo (8,57%), indicação (11,43%), investimentos (20%), crédito (22,86%), bom atendimento (5,71%) e baixo nível de burocracia (8,57%). Entre algumas respostas, destacam-se: “por não cobrar taxa mensal, ter débito e crédito em um lugar só, poder utilizar os serviços a qualquer hora”; “praticidade, facilidade de contato e foi recomendado por amigos e familiares”.

Quando questionados sobre o diferencial dos bancos digitais que utilizavam, foi expressiva a explanação a respeito do Nubank e do Inter, principais bancos citados pelos respondentes. Os clientes do Nubank destacaram que os principais diferenciais são a rapidez (14,6%) e atendimento (9,8%). Além disso, destacaram também as opções de investimento, como deixar o dinheiro na conta rendendo (12,2%), sendo percebido o rendimento como maior do que a poupança. Outros pontos como design, melhores opções de crédito, ausência de taxas e mais confiança foram destacados pelos entrevistados. Como pode ser observado nas falas dos respondentes, o entrevistado 47

coloca que “não tem anuidade no cartão, e o limite aumenta mesmo sem confirmação de renda fixa”. Para o entrevistado 33, “cartão gratuito, design diferente, chat de atendimento ao cliente rápido”.

Entre os usuários do Banco Inter, seus diferenciais mais elencados foram a plataforma ser intuitiva (16,7%), não possuir tarifas (33,3%), cartão de crédito possuir um limite progressivo e sem anuidade (16,7%), além da adequação do cliente ao perfil de investimento (16,7%) e o *cashback* (16,7%). O entrevistado 46 colocou: “não pago taxas”. O entrevistado 21 disse que “nenhuma tarifa em tudo. Por exemplo, não uso Nubank porque neste há a tarifa para sacar o dinheiro”.

O único usuário do Mercado Pago destacou a praticidade (50%) e a facilidade de uso do banco digital (50%), enquanto o do C6 relatou rapidez (33,33%), aplicativo bem estruturado (33,33%) e o ganho de pontos por dinheiro gasto (33,33%).

Em relação aos motivos que levaram os respondentes a aderirem aos bancos digitais, destaca-se em primeiro lugar as facilidades que os bancos proporcionam (22,2%). Foi possível depreender que os respondentes realizam diferentes tipos de transações, como pagamentos, transferências, PIX. Para eles, é mais fácil e prático realizar as suas compras, aderiram pela facilidade de uso e pelo fácil acesso na plataforma. Destacou-se também a aderência em razão da ausência de cobrança de taxas e tarifas, ou tarifas reduzidas, citada por 20% dos entrevistados. Ademais, buscam realizar investimentos (6,7%), sendo um dos motivos para a aderência ao digital. Como pode se ver o entrevistado 1 apresentou que “a facilidade de abrir uma conta mais rápida, mais cômodo também”. O entrevistado 26 afirmou que “a isenção de taxas de transferência, algo que é bastante comum nos bancos tradicionais.”

Os entrevistados são pessoas práticas, que buscam menos burocracia em suas vidas (4,4%) e que preferem soluções cômodas, que se adaptem ao seu dia a dia. Assim, a adesão ao digital veio também para evitar filas ou idas a agências, uma vez que os bancos digitais funcionam de forma 100% online. Tal fator alia-se à comodidade (4,4%), outro motivo citado. Além disso, o fator social se faz presente, uma vez que a indicação de amigos ou familiares também faz parte de suas motivações (8,9%). O entrevistado 5 falou que o que motivou o foi a “Facilidade e comodidade, não ter que sair de casa para pagar contas e fazer transferências.”

Dentre as demais motivações, destacam-se a segurança, popularidade dos bancos, problemas com o banco tradicional, comunicação rápida, dentre outras. Conforme a fala do entrevistado 4, “popularidade que eles estavam ganhando, principalmente em relação ao investimento. Também por atenderem as necessidades dos clientes de forma simples.”

Em relação à adesão dos entrevistados aos bancos digitais, é possível observar na tabela que a maior parte, representando 36,7% é cliente de bancos digitais entre 1 e 2 anos, 33,3% utilizam entre 2 e 4 anos. 23,3% estão utilizando há menos de 1 ano. Apenas 6,7% fazem uso dos bancos digitais há mais de 4 anos.

Além disso, foram elencadas as principais vantagens e desvantagens dos bancos digitais. Dentre as vantagens mais citadas, destacaram-se as facilidades (21,1%) que os bancos digitais trouxeram para a vida dos seus clientes, como, conforme os entrevistados citaram poder utilizar e resolver suas coisas no próprio aplicativo, de obtenção de crédito, na abertura de conta e de realizar os processos de cada transação. Destaca-se também a vantagem de não ter que ir à agência ou sair de casa (12,7%), novamente demonstrando que os entrevistados valorizam tal aspecto. Custos mais baixos também é uma vantagem, uma vez que foram citadas tarifas/taxas baixas ou inexistentes (11,13%). Uma vantagem também percebida foi à praticidade (11,3%), que se alia bastante a menor burocracia (7%), garantindo a melhor experiência dos clientes. Também foram elencadas as transações à distância, aplicativo, cartão sem anuidade, acesso a informações, que demonstram a gama de vantagens percebidas pelos usuários dos bancos digitais. De acordo com as falas apresentados o Entrevistado 3: “Se resume a compilação de informação e praticidade do dia a dia, o banco digital contribui diretamente para a qualidade de vida do usuário, poder pagar contas a distância, sacar onde eu quiser”. Para o entrevistado 14, “atendimento rápido, possibilidade de resolver problemas sem sair de casa”.

Dentre as desvantagens mais citada é a falta de contato com o cliente (17,1%). Foi nítido que apesar de todo o avanço da tecnologia e do atendimento nesses bancos, ainda é sentida a falta desse contato. A tarifa paga para realizar saques (17,1%) também deixa os entrevistados descontentes. São indivíduos que realizam movimentações constantemente e veem como desvantagem a morosidade na liberação de crédito (8,6%). Além disso, relatam a menor aceitação dos bancos digitais perante instituições e

empregos (5,7%), como requisito de conta bancária ativa. Apesar das desvantagens enumeradas e destacadas, 14,3% não conseguem citar desvantagens para os bancos digitais. O entrevistado 48 destacou que as desvantagens vivenciadas por ele foram “não ter agência e demorar para solucionar problemas, além de demorar muito na ligação”. O entrevistado 21 disse: “desvantagens não consigo pensar nada a não ser o fato de que as empresas (quase) nunca aceitam depositar o salário dos empregados nesses bancos”.

Dentre os motivos que mais motivaram a adesão aos bancos digitais, baseado em experiências nos bancos tradicionais, foram as taxas, sendo citadas por 25,6% dos entrevistados, a burocracia (20,5%), a ida a agências (12,8%) e pegar filas (10,3%). Assim, é possível entender que os indivíduos se sentiam tão descontentes com tais situações que preferiram trocar o banco que utilizavam e buscar novas opções. Como pode ser notado na fala do entrevistado 18, “filas, dificuldades no contato, necessidade de estar presencialmente nas agencias, mas minha primeira conta bancária que eu utilizava normalmente foi primeiramente um digital e depois um tradicional por necessidade e por ter ocorrido dentro do contexto de pandemia foi uma experiência ainda pior”. Para o entrevistado 44, “a burocracia, a demora de atendimento e a tarifa de manutenção”.

Os entrevistados valorizam bastante sua relação com o banco e a forma como é atendido, assim, ressalta-se também mau atendimento (7,7%) e demora nos bancos tradicionais (5,1%) como fatores que motivaram a adesão ao digital. O entrevistado 21 apresentou que o que levou a aderir aos bancos digitais, foram “as altas tarifas e o péssimo atendimento” do banco tradicional. O entrevistado 33 colocou “filas enormes, demoras e qualidade de atendimento ruins.”

Em relação a realizar investimentos, 48,5% não realizam (16 pessoas) e 51,5% realizam (17 pessoas). Assim, questionou-se também em que bancos os entrevistados realizam os seus investimentos. Os bancos que mais se destacaram foram o Banco Inter (33,3%), seguido do Nubank (22,22%) e da Caixa Econômica Federal (11,1%). Além disso, entre corretoras, os entrevistados citaram a Clear e a Rico. Os entrevistados realizam os seus investimentos em canais semelhantes entre si, dentre os quais 70,59% realizam em seus bancos. Além disso, 29,41% realizam em corretoras.

Dentre as formas de investimento, o entrevistado 2 falou que realiza compra de ações por meio do Banco Inter Digital. Segundo o entrevistado, ele deixa o dinheiro

sempre na conta do Inter e o transfere para a corretora, quando pretende comprar ações. Assim como o entrevistado 3 realiza seus investimentos na corretora Clear, sem taxa de corretagem, bastando transferir o dinheiro de suas contas para a corretora e, nela, realiza a compra de ações. O entrevistado 17 realiza investimento no Tesouro Direto por meio da corretora Modalmais, pois o banco não tem as opções de investimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os bancos digitais são um tipo de *fintech* que ganham cada vez mais espaço no mercado e na escolha dos clientes de instituições bancárias. Um novo mercado foi criado a partir do uso intensivo de tecnologia da informação aplicada em um mercado tradicional e bem estabelecido. O objetivo deste estudo foi descrever as características dos clientes de bancos digitais. Parra tanto, alguns objetivos específicos foram estabelecidos e alguns pressupostos levantados, os quais serão tratados a seguir, a partir da pesquisa qualitativa desenvolvida.

As entrevistas indicaram que os usuários de bancos digitais são predominantemente jovens, solteiros, com ensino superior incompleto e buscam facilidade e praticidade em suas vidas. Com isso, atingiu-se o primeiro objetivo específico da pesquisa e foi confirmado o primeiro pressuposto. Dentre os jovens que não utilizavam bancos digitais, os principais motivos envolviam a sensação de insegurança em relação aos bancos digitais e a falta de renda própria.

A pesquisa permitiu verificar que os principais serviços utilizados pelos clientes de bancos digitais são básicos, tais como pagamentos de contas, poupança ou utilização de cartões de débito/crédito. Diante disso, o segundo pressuposto da pesquisa foi aceito, o que também permitiu alcançar o segundo objetivo específico.

Os usuários de bancos digitais são jovens atraídos pela disrupção e pela comodidade, facilidade e menores taxas. São clientes que valorizam a praticidade oferecida pelo ambiente virtual e percebem vantagens ao evitar deslocamento para agências, a rapidez e a agilidade. No entanto, criticam o suporte e o atendimento online, os quais nem sempre consegue suprir a falta do presencial. Também enxergam como desvantagem os estabelecimentos ou empregadores que não aceitam a utilização dos

bancos digitais. A partir disso, aceita-se o terceiro pressuposto, em que o principal motivo de utilização dos bancos digitais são os custos básicos, e atinge-se o objetivo específico de identificar os fatores que levam à escolha de bancos digitais.

O quarto pressuposto foi aceito, uma vez que, dentre os clientes dos bancos digitais, também utilizam bancos tradicionais. Assim, o objetivo de identificar as instituições que os clientes de bancos digitais possuem conta foi alcançado. Destaca-se serem, em sua maioria, (82,86%) clientes do Nubank, dentre os quais 62,9% possuem o Nubank como banco principal. São pessoas que aderiram aos bancos digitais nos últimos dois anos (60%).

Apesar de utilizarem banco digital, há fatores internos que distinguem os bancos digitais entre si. Ficou claro que eles viam maiores vantagens nos bancos digitais que proporcionam plataformas intuitivas, opções de investimento e ausência de taxas. Destaca-se que os principais motivos são relacionados a tarifas e custos.

Quanto aos investimentos, conclui-se que os investimentos dos entrevistados se concentram nos próprios bancos que utilizam e em corretoras. O Banco Inter destacou-se como um dos mais utilizados para investimentos, mas também se utiliza o Nubank e a Caixa Econômica Federal. Assim, o quinto pressuposto da pesquisa pode ser aceito, uma vez que os entrevistados realizam seus investimentos em outra instituições. Ademais, o objetivo específico de identificar como realizam seus investimentos também foi alcançado.

Por fim, dadas as características coletadas e analisadas, os clientes de bancos digitais não são de alta renda. Até mesmo porque, muitos deles não têm renda própria, o que comprova o sexto pressuposto do estudo.

A principal limitação do presente estudo foi o universo estreito da pesquisa, a qual foi concentrada na cidade de Fortaleza. Para ultrapassar esta limitação e viabilizar estudos futuros, propõe-se expandir o número de entrevistados e explorar mais detalhadamente outros aspectos, tais como a satisfação do cliente de bancos tradicionais e digitais e suas particularidades.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. C. **Por que os consumidores estão preferindo os bancos digitais? Um estudo sobre atributos de valor que influenciam o comportamento do consumidor.**

Monografia (Graduação em Administração)-Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

ASSAF NETO, A. A. **Estrutura e Análise de Balanços.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

ARNER, D. W.; BARBERIS, J.; BUCKLEY, R. P. **The Evolution of Fintech: A New PostCrisis Paradigm?** University of Hong Kong Faculty of Law, n. 2015/047, p. 1-45, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Acesso à informação.** Disponível em: Acesso em: 04 jul. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BERDI, D; ORSO, L.D. **Bancos digitais: estudo sobre os fatores de adesão e permanência de clientes.** Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas. 2019.

CERNEV, Adrian; DINIZ, Eduardo; JAYO, Martin. Emergência da quinta onda de inovação bancária. **AMCIS 2009 Proceedings**, p. 4, 2009.

CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL. Banco Central do Brasil. **Resolução Nº 4.480, de 25 de abril de 2016.** [S. l.], p. 1-1, 18 out. 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Listas/Normativos/Attachments/50185/Res_4480_v1_O.pdf. Acesso em: 03 jul. 2021

COSTA, F. N. D. **Complexidade do Sistema Bancário Brasileiro: Interações de Pessoas Jurídicas e Físicas, Bancos Privados e Públicos.** Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2018.

CRUZ, J. D. S. **Uma análise da influência dos fatores internos no processo de decisão de compra de serviços em bancos digitais.** Monografia (Graduação em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza. 2019.

CUNHA, A. M. **A intermediação financeira em tempos de crise.** Jornal da Universidade, Rio Grande do Sul, 9 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/a-intermediacaofinanceira-em-tempos-de-crise/>. Acesso em: 03 jul. 2021.

FEBRABAN. Federação Brasileira de Bancos. (2020). **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2018.** Disponível em <https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/OBSERVAT%C3%93RIO%20>. Acesso em 04 jul. 2021.

FURTADO, E. D. O; MENDONÇA, V.L.A.D. **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, 2020.

GARCIA, Larissa. **Pandemia leva à bancarização de quase 10 milhões de pessoas.** Folha de São Paulo, São Paulo, 18 out. 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: 03 jul. 2021.

- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOMES, M.D.C; OLIVEIRA, S.V.W.B.D; MATIAS,A.B. **Eficiência do setor bancário brasileiro no período de 2006 a 2013: bancos domésticos x bancos estrangeiros**. Nova Economia v.27 n.3 p.641-670, São Paulo, 2017.
- MASCARENHAS, A. B.; PERPÉTUO, C. K.; BARROTE, E. B.; PERIDES, M. P. **A Influência da Percepção de Riscos e Benefícios para Continuidade de Uso de Serviços Fintechs**. Brazilian Business Review, v. 18, n. 1, p. 1-21, 2021.
- MARQUES, F. B. **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 universidade federal de Uberlândia, Uberlândia, Minas Gerais, 2019.
- OLIVEIRA, D.V.D; REIS, V.P; SOUZA JUNIOR, M.L.D. **A Revolução Gerada Pelas Fintechs No Relacionamento Do Consumidor No Sistema Bancário Brasileiro**. Minas Gerais, 2018.
- PASCUAL, A. W.; RIBEIRO, V. M. **O Advento das Fintechs - Os Novos Modelos de Negócio Baseados no Uso Intensivo da Tecnologia da Informação**. Monografias Poli UFRJ, 31 Março, 2020.
- REIS, Tiago. **Sistema bancário: entenda como os bancos funcionam no Brasil**. Suno Research, São Paulo, 21 set. 2020. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/sistema-bancario/>. Acesso em: 03 jul. 2021.
- SAID, J. F. P. P. B. **E-services, o mercado fintech e as escolhas dos jovens**. Dissertação (Mestrado em Gestão e Estratégia Empresarial) - Universidade Europeia, Lisboa. 2020
- SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. Metodología de Pesquisa. 3ª ed. São Paulo: Mcgraw Hill. 2006.
- SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC). 2020. Disponível em:< https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2020/02/release_pesquisa_fintechs_VF.pdf>. Acesso em 29 abr. 2021.
- SIEGL, B.; DEVECCHI, A.; FERREIRA JUNIOR, J. L. R.; BUSSMANN, T. B. **O crescimento das inovações financeiras no sistema financeiro nacional e seu impacto no sistema bancário**. Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, v. 10, n. 4, 2018.
- SIGOLI, L. A.; HOFMANN, R.M. **Bancos Digitais e o Comportamento do Consumidor: Uma Revisão de Literatura**. Conbrepo, Paraná, 2020.
- SILVA, N. L.; UEHARA, M. **A evolução da tecnologia digital: seus impactos no setor bancário**. ENCICLOPÉDIA BIOSFERA, [S. l.], v. 16, n. 29, 2019. Disponível em: <https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/343>. Acesso em: 1 jul. 2021.
- SILVA, L.P.S.S.D; D'SOUZA, M.F. **Desempenho de Bancos Digitais Brasileiros: um Estudo sob o Enfoque da Análise Envoltória de Dados (DEA)**. Congresso USP, 2021.
- TELLES, M.T.; TANGANELLI, O.; GARCIA, A.; ARAUJO, J. **Brazil Digital Banking Survey: Understanding the "neobank" customer**. Equity Research, Credit Suisse, 2021.