

FINTECHS: uma análise da percepção dos clientes de contas digitais

Elidiane Maria de Oliveira

emo4@discente.ifpe.edu.br

<https://orcid.org/0009-0001-9175-1672>

Jouberte Maria Leandro Santos

jouberte.santos@cabo.ifpe.edu.br

<https://orcid.org/0000-0001-5030-641X>

RESUMO

As *fintechs* vem revolucionando o setor financeiro ao oferecer a adequação dos produtos e serviços tradicionais alinhados ao novo tempo. Seu diferencial competitivo caracteriza-se por atuar exclusivamente de forma digital e introduzir inovações por meio do uso intenso de tecnologia, proporcionando assim soluções tanto em seu modo de operação quanto no relacionamento com o cliente. O surgimento das *fintechs* pode ser entendido pela competitividade no mercado financeiro decorrentes das novas exigências do consumidor, o que resulta em novos padrões de eficiência, acessibilidade e segurança. Por isso, este estudo tem como objetivo identificar a percepção dos clientes de contas digitais quanto aos serviços prestados. Quanto à metodologia, trata-se de pesquisa de natureza aplicada, que inclui análises bibliográficas, seguidas de um método descritivo e abordagem quantitativa. Nesse sentido, foi realizado um questionário cujos resultados identificaram que a maioria dos questionados se sentem satisfeitos e seguros com o atendimento e os serviços oferecidos pelas *fintechs*. Os achados também evidenciaram que a acessibilidade, praticidade e comodidade foram os principais fatores que influenciaram na escolha por uma conta digital. Tais aspectos são relevantes para analisar o significativo crescimento dessas instituições ao se tornar uma opção viável de inclusão financeira em um ambiente cada vez mais competitivo.

Palavras-chave: *Fintechs*. Qualidade de serviços digitais. Inclusão financeira. Percepção dos clientes.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as *fintechs* vem revolucionando o setor financeiro, oferecendo soluções inovadoras tanto em seu modo de operação quanto no relacionamento com o consumidor. Para Cittadin (2019), os bancos são afetados com o surgimento de novas empresas no ramo, devido ao fato de parte de seus clientes terem migrado para novos modelos de negócios financeiros.

De acordo com Ferreira (2021), o termo *Fintech*, se refere a empresas de startups e constitui-se pelas junções das palavras inglesas *finance* (finanças) e

technology (tecnologia). Essa junção de tecnologia e serviços financeiros está redefinindo o modelo tradicional de negócios e proporcionando maior acessibilidade, comodidade e agilidade nos serviços prestados. Ainda segundo o autor, as *fintechs* resultam de novas exigências de mercado, ao oferecer a adequação dos produtos e serviços financeiros tradicionais de forma alinhada aos novos tempos. Essas empresas continuam a quebrar barreiras, oferecendo soluções inovadoras que vão desde pagamentos digitais até empréstimos *peer-to-peer* (pessoa para pessoa) e gestão de ativos baseada em inteligência artificial, os quais desafiam os modelos tradicionais ao estabelecer novos padrões de eficiência, acessibilidade e segurança (Fintechs [...], 2024).

A relevância desse estudo é destacada pelo significativo crescimento das *fintechs*, tanto no Brasil como internacionalmente, em que o mercado de *fintechs* contabilizou 2.712 startups latino-americanas ativas, entre 2012 e 2023. Especialmente no Brasil, por abrigar mais da metade das *fintechs* da região com uma concentração de 58,7%; consolidando a sua posição no centro da inovação financeira. Esse crescimento expressivo foi impulsionado pela crescente digitalização e vem contribuindo para a inovação e modernização do mercado financeiro (Distrito, 2024). A inclusão financeira também desempenha um papel importante nessa evolução. Conforme Carvalho (2019), as *fintechs* contribuem para que pessoas de baixa renda tenham acesso a serviços financeiros básicos de forma menos burocrática.

Segundo Oliveira (2023), as *fintechs* utilizam tecnologias avançadas como inteligência artificial, *blockchain* e plataformas móveis para otimizar processos e reduzir custos operacionais. O autor ressalta que a interseção entre tecnologia, inovação e finanças reformulou o modo como as pessoas acessam, utilizam e concebem os serviços financeiros. Isso permite que ofereçam serviços mais baratos e personalizados, atendendo melhor às necessidades dos consumidores.

A partir dessas reflexões, o presente estudo tem como objetivo identificar a percepção dos clientes de contas digitais quanto aos serviços prestados pelas *fintechs*. Contribuindo assim para o entendimento dessa ascensão no mercado financeiro.

2 DESENVOLVIMENTO

Nesta seção, são apresentados os aspectos gerais sobre o avanço do sistema financeiro, o impacto tecnológico e regulamentação das *fintechs* no Brasil, tendo como foco os consumidores de produtos e/ou serviços digitais.

2.1 Bancos digitais

Banco digital ou virtual é o nome dado às novas empresas financeiras que oferecem serviços exclusivamente pela internet, sem os meios físicos de atendimento ao cliente (Moraes, 2020). Naturalmente, muito lucrativo, o setor bancário abriga grandes instituições como o Itaú, Bradesco e Santander. O lucro líquido dos bancos atingiu R\$144,2 bilhões em 2023, representando um aumento se comparado a 2022, que foi de R\$139 bilhões (Martello, 2024). Isso demonstra um avanço na indústria bancária; contudo, os bancos seguem na disputa contra a concorrência dos bancos digitais.

O estudo do Banco Central (2020, p. 7) traz que: “O processo de digitalização dos serviços bancários surgiu da necessidade de desburocratização dos processos dos grandes bancos”. Essa transformação favoreceu não só o aprimoramento da experiência do cliente, mas também proporcionou acesso a um sistema financeiro mais seguro, transparente e ágil.

O estudo aponta que transações como pagamentos, financiamentos, transferências, empréstimos, dentre outras operações, ocorrem nas plataformas online das agências e, mais recentemente, por meio do “*mobile banking*” (banco móvel), com o uso de aplicativos móveis que permitem aos clientes acessar serviços bancários diretamente de seus smartphones e tablets. Com isso, os usuários têm a conveniência de gerenciar suas finanças a qualquer hora e em qualquer lugar, com praticidade e dinamismo.

Ferreira (2021) destaca que, além da praticidade, esses serviços se sobressaem pelo alto investimento em segurança e pelo elevado grau de autonomia que proporcionam aos usuários, permitindo que tomem decisões e realizem operações quase sempre sem a necessidade de intervenção de gerentes ou funcionários das instituições.

No Brasil, a Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária de 2024, destaca o crescimento do *mobile banking* ao evidenciar que aproximadamente 7 em cada 10

transações bancárias foram realizadas por dispositivos móveis entre 2019 a 2023, o que reforça a transição dos clientes para os canais digitais (Deloitte, 2024). Conforme a pesquisa, essa alteração pode ser justificada pela adesão ao pix para pagamento de contas além da preferência dos consumidores pelo uso do QR code, que oferece compensação instantânea. Além da evolução nos números de transações via pix, a pesquisa cita a *Open Finance* (Finanças abertas), que é a evolução do Open Banking (Banco aberto), como uma revolução no sistema financeiro.

Segundo o Banco Central do Brasil (2025), O *Open Finance* é a possibilidade de os clientes compartilharem suas informações entre diferentes instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central e de movimentarem suas contas bancárias em diversas plataformas, e não apenas pelo aplicativo ou site do seu banco, com segurança e agilidade. Esse modelo permite que as instituições participantes acessem dados autorizados pelos clientes e ofereçam produtos e serviços com condições mais acessíveis, proporcionando benefícios ao consumidor.

Diante desse cenário de evolução das transações digitais, é natural que surjam novas alternativas de serviços que desafiem os modelos tradicionais. Nesse contexto, as *fintechs* se destacam como agentes de transformação no setor financeiro, oferecendo aos clientes cartões sem anuidade, transferências gratuitas, gestão de patrimônio, entre outros benefícios por meio de seus aplicativos (Cittadin, 2019). As *fintechs* não apenas apresentam soluções inovadoras, mas também impulsionam a inclusão financeira e fomentam a competição e parcerias no mercado.

2.2 Definição e panorama das fintechs no Brasil

As *fintechs* são instituições financeiras que podem atuar oferecendo uma grande variedade de produtos e serviços ou pode optar por atender apenas a uma necessidade financeira, construindo soluções específicas (Ferreira, 2021). Isso proporciona ao consumidor combinar o relacionamento com diferentes instituições financeiras para seu atendimento de acordo com cada necessidade. Alecrim (2016) ressalta que as *fintechs* possuem características distintas que as diferenciam no mercado, ao utilizar inovações tecnológicas para proporcionar conveniência por meio da inovação.

Complementando essa definição, o Banco Central do Brasil (2025) aponta que: “ *Fintechs* são empresas que introduzem inovações nos mercados financeiros por meio do uso intenso de tecnologia, com potencial para criar novos modelos de negócios”. Mendes e Valdisser (2019), concordam que, diante de um mercado competitivo, a inovação pretende buscar melhorias e desenvolvimento para as empresas se manterem nesse mercado, assim o diferencial que as startups possuem é a inovação.

Ainda segundo os autores, as startups têm o potencial de desenvolver produtos/serviços inovadores com alta potencialidade de crescimento. Essa capacidade é frequentemente impulsionada pelo uso de tecnologias avançadas, permitindo que essas empresas se adaptem às mudanças do mercado e as necessidades dos consumidores.

2.2.1 Categorias e subcategorias das *fintechs*

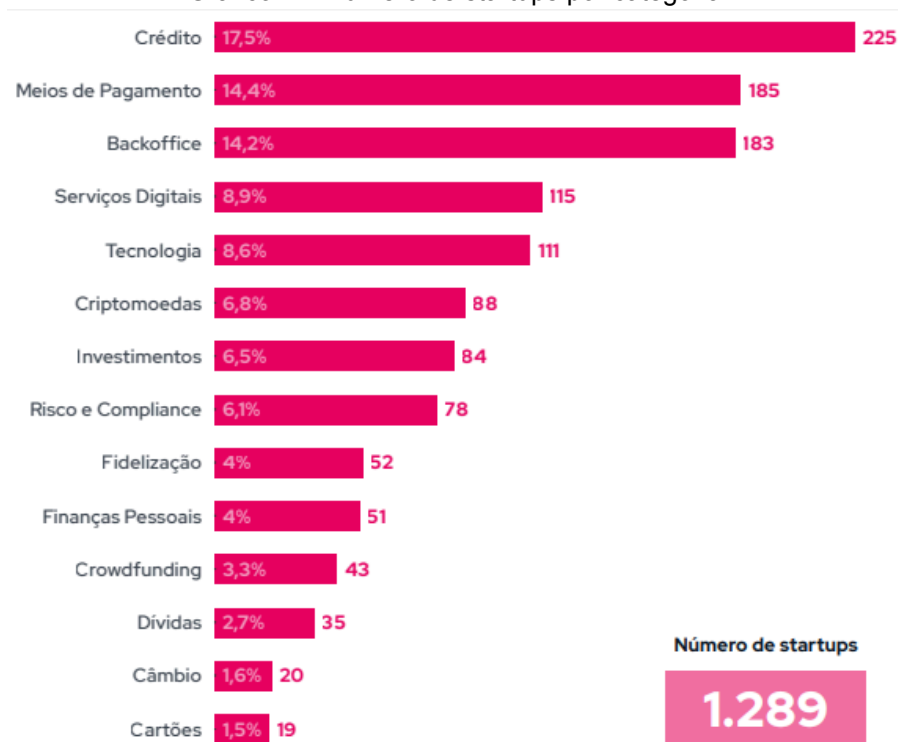
No Brasil as *fintechs* estão organizadas em diversas categorias e subcategorias, fornecendo diversos tipos de produtos e serviços, como contas-correntes digitais, cartões de crédito e pré-pagos, meios de pagamento, investimentos, empréstimos, financiamentos, gestão e assessoria financeira e demais serviços financeiros (Fintech, 2021). No quadro a seguir, é possível observar a diversificação da atuação desse setor.

Quadro 1 – Categorias e subcategorias das *fintechs*

Fonte: Fintech, 2021.

No panorama das *fintechs* brasileiras, como mostra o gráfico abaixo, a categoria de Crédito se destacou em 2022, contabilizando um total de 225 startups ativas (Distrito, 2022). De acordo com os dados da pesquisa, a expressividade no setor é uma referência às árduas condições de crédito no país, dando margem para que as startups possam oferecer suas soluções inovadoras e apresentem melhores condições. Nessa perspectiva, as *fintechs*, vem simplificar o acesso ao crédito, tornando-o mais acessível e menos burocrático (Oliveira, 2023).

Gráfico 1 – Número de startups por categoria



Fonte: Distrito, 2022.

As categorias de Meios de Pagamentos e “*Back Office*”, área responsável por gerenciar atividades administrativas e operacionais, também se destacam, pois representam uma necessidade financeira de grande demanda. Um dos fatores de crescimento dessas categorias é o aumento do *e-commerce*, principalmente no período da pandemia, onde os dados apontaram um crescimento de 41% no total, só em 2020 (Distrito, 2022).

Diante da diversidade de serviços oferecidos, vale ressaltar que as *fintechs* também vêm se destacando em número de clientes. O Nubank passou a ser o quarto maior banco brasileiro em número de clientes, ao atingir 77,6 milhões de clientes, chegando a ultrapassar o Banco do Brasil, que atingiu cerca de 74,5 milhões, no segundo trimestre de 2023 (Nubank [...], 2023). Podemos observar abaixo o ranking das 10 instituições financeiras quanto ao número de clientes neste período.

Tabela 1 – Ranking dos bancos em número de clientes

Posição	Instituição Financeira	Nº de clientes (milhões)
1º	Caixa Econômica Federal	150.374.233
2º	Bradesco	104.486.688
3º	Itaú Unibanco	99.936.353
4º	Nubank	77.665.209
5º	Banco do Brasil	74.579.521
6º	Santander	64.360.563
7º	Original	50.266.862
8º	Mercado Crédito	47.390.877
9º	AME Digital	32.678.718
10º	Pagbank-Pagseguro	29.451.137

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do G1 (2023)

Como podemos observar nos dados acima, as *fintechs* vem adquirindo expressividade em número de clientes. O Nubank divulga em sua plataforma que já contabiliza 110 milhões de clientes no Brasil, México e Colômbia. Além do crescimento das *fintechs*, cresce também os investimentos no setor. As *fintechs* brasileiras receberam US\$ 10,4 bilhões de investimento nos últimos 10 anos, o que corresponde a 66,67% do volume total de US\$ 15,6 bilhões direcionados para startups do setor financeiro em toda a América Latina (Brasil [...], 2024).

2.3 Segurança e regulamentação nas transações financeiras

No Brasil, as *fintechs* devem solicitar autorização ao Banco Central para iniciar suas operações. Essas instituições estão regulamentadas no país desde abril de 2018 pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), conforme a Resolução 4.656 e 4.657 (Brasil, 2018). Podem ser autorizadas a operar no país dois tipos de *fintechs* de crédito para intermediação entre credores e devedores: A SCD (Sociedade de Crédito Direto), que realiza operações utilizando capital próprio, entre os serviços estão: operação de crédito, análise de créditos para terceiros, distribuição de seguros em suas operações por meio de plataformas eletrônicas e emissão de moedas eletrônicas. E a SEP (Sociedade de Empréstimo entre Pessoas), que realiza operações de crédito entre pessoas, intermediação financeira entre credor e

devedor, podendo fazer captação de recursos do público, desde que vinculados à operação de empréstimo (Brasil, 2018).

Essas regulamentações representam um marco importante para o setor financeiro e para a confiança dos consumidores, pois com o aumento das transações digitais, a questão da segurança torna-se uma questão crucial. Dessa forma, cabe às empresas garantir uma experiência segura aos seus usuários atuando em conformidade com as regulamentações como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Essa lei estabelece diretrizes para o tratamento de dados pessoais, incluindo aqueles coletados por meios digitais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade. A LGPD determina como as informações pessoais devem ser coletadas, armazenadas e compartilhadas, assegurando que os consumidores tenham controle sobre os seus dados e que suas informações estejam protegidas contra uso indevidos (Brasil, 2018).

Nesse contexto, a resolução nº 4.658 do Banco Central do Brasil trata sobre a política de segurança cibernética, com base na proteção das informações, armazenamento de dados e de computação em nuvem. Essa norma é fundamental para garantir que as instituições financeiras e demais entidades autorizadas a operar no setor financeiro adotem padrões e procedimentos obrigatórios de segurança. As referidas instituições devem implementar e manter políticas de segurança cibernética que busquem assegurar a confiabilidade, a integridade e a disponibilidade dos dados e dos sistemas de informação utilizados, conforme estabelecido no art. 2º.

Além disso, outros requisitos adicionais relacionados à implementação dessas políticas incluem a capacidade de prevenção e detecção de vulnerabilidades, a fim de reduzir incidentes relacionados ao ambiente cibernético, elaboração de plano de prevenção que descreva como agir em casos de incidentes de segurança, além de divulgação clara e acessível da política de segurança, tanto internamente para os funcionários das instituições quanto externa a empresas, prestadoras de serviços e o público em geral (Brasil, 2018).

Assim, em um ambiente cada vez mais digitalizado, ambas as regulamentações visam proporcionar maior segurança aos consumidores, promovendo a confiança nas transações digitais e assegurando que os dados sejam

tratados de forma ética e responsável.

2.4 Avanços tecnológicos e benefícios em serviços digitais

As *fintechs* têm se destacado como agentes de mudanças no sistema financeiro, impulsionadas pela inovação e pelo crescente avanço tecnológico. Para Moraes (2020 p.15) “ a criação dos bancos digitais é o resultado da evolução tecnológica e a identificação de novos hábitos e necessidades dos consumidores”. De acordo com Oliveira (2023), as *fintechs* conseguem oferecer produtos e serviços financeiros centrados no cliente de forma ágil e eficiente, oferecendo uma diversificada gama de serviços financeiros inovadores, combinando avanços tecnológicos como, a inteligência artificial, *blockchain* (instrumento de segurança criptografado, por meio de cadeia de blocos) e plataformas móveis.

Ferreira (2021) destaca o *face match* (tecnologia de reconhecimento facial) e o *clouds* (armazenamento de dados em nuvens) como tecnologias aplicadas às questões financeiras. Já Leite (2019), cita outras tecnologias como *chatbots* (atendimento por robôs) e machine learning (aprendizado de máquina), como inovações nesse setor. Isso resulta em custos mais reduzidos, beneficiando tanto os consumidores quanto as próprias empresas, além de incentivar a concorrência ao desafiar instituições tradicionais a se adaptarem.

O Banco Central do Brasil (2020), destaca que os bancos digitais chegaram para disputar um lugar no mercado com forte apelo mercadológico baseado em baixos custos de tarifas e serviços e acesso simplificado. Para Moraes (2020), “ diferentemente das outras revoluções industriais, a revolução propiciada pelos avanços da tecnologia de informação alterou significativamente as atividades bancárias e financeiras”. Rezende (2012) aponta a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), como papel fundamental no processo de inovação do setor financeiro. Diante disso, o autor afirma que empresas de diversos setores estão cada vez mais investindo em tecnologia da informação para aumentar sua eficiência e obter ganhos de produtividade e competitividade.

Em se tratando de benefícios, as *fintechs* estão criando uma nova experiência na transação e utilização dos serviços financeiros. Entre eles estão a forma de contratação de cartão de crédito, o qual pode ser realizado pelo próprio smartphone, em minutos, tirando uma foto (*selfie*) do cliente e outra do documento

de identidade, assinando-se no próprio aparelho, de forma desburocratizada (Oliveira; Reis; Junior, 2018). Outro destaque é o *Crowdfunding* (financiamento coletivo) como um diferencial nesse setor. Sendo a prática de se obter fundos para um novo negócio ou desenvolvimento de projeto por meio da contribuição de um grande número de pessoas (Faria, 2018).

O BCB (2025) cita como benefícios das *fintechs*, a rapidez e celeridade nas transações, diminuição da burocracia no acesso ao crédito e criação de condições para redução do custo do crédito. Nesse ambiente de inovação tecnológica surgem também os programas de *cashback* (Silva, 2023). Esse termo, que significa (cash = dinheiro; back = retorno), é muito utilizado pelas *fintechs* para fidelização dos clientes. Ele implica o reembolso de uma porcentagem específica do valor pago em compras online, na forma de dinheiro para os clientes (Saxena; Joshi, 2016). Nessa dinâmica no mercado financeiro, os avanços tecnológicos e benefícios proporcionados pelas *fintechs*, vem contribuir para uma maior atração e satisfação de clientes, além de gerar um ambiente cada vez mais competitivo e inovador.

2.5 Tendências no comportamento do consumidor de *Fintechs*

Em um ambiente cada vez mais competitivo, proporcionar melhores experiências ao cliente tem sido o objetivo central de muitas empresas. O consumidor atual exige mais do que produtos e serviços adequados, eles procuram por experiências que sejam atraentes e memoráveis. (Gilmore; Pine, 1998 *apud* Silva, 2022).

De acordo com Solomon (2016) o comportamento do consumidor refere-se ao estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, ideias ou experiências com o objetivo de atender suas necessidades e desejos. Segundo o autor, a jornada de compra ocorre em três estágios: pré-compra, compra e pós-compra. No estágio de pré-compra, o consumidor reconhece uma necessidade e busca as informações sobre as opções disponíveis no mercado. Durante a etapa de compra, o consumidor toma a decisão de adquirir o produto ou serviço gerando uma experiência que pode influenciar em decisões futuras. Já no estágio de pós-compra, é a fase em que o consumidor avalia se o produto ou serviço atendeu às suas expectativas, se gerou uma satisfação ao

ponto de repetir o processo de compra ou indicá-lo para outras pessoas.

Solomon ainda destaca a revolução digital como uma das influências mais significativas sobre esse comportamento, devido às constantes transformações na forma em que os consumidores interagem com produtos ou serviços, acessam e transmitem as informações. Para Luz (2020), o universo on-line representa uma forma diferente de se comunicar, vender e de entregar produtos e serviços, o que gera valor e competitividade. Diante disso, com a ascensão das tecnologias digitais, considerar o valor percebido pelo cliente é fundamental.

Para Kotler (2018) esse valor se baseia na diferença entre o que o cliente obtém e os custos que ele assume pelas diferentes opções possíveis. Diversos fatores influenciam as expectativas dos consumidores quanto a um produto ou serviço, seja por meio de informações, experiências de compras anteriores ou por indicação de amigos e familiares. Logo o autor traz que, a satisfação é o sentimento de prazer ou decepção, que resulta da comparação entre o desempenho percebido de um produto e as expectativas do comprador. Assim, a probabilidade de satisfação do cliente e repetição da compra, depende de a oferta atender ou não a essa expectativa de valor.

Conforme Resende (2019), uma experiência significativa é formada de sentimentos, novos conhecimentos e crenças aprendidas pelo consumidor por meio da conexão com um produto ou uma marca, logo para alcançar a satisfação dos consumidores, as organizações buscam constantemente maiores vantagens competitivas em relação a seus concorrentes.

Nesse contexto, o surgimento das *fintechs* está mudando a forma com que os serviços financeiros são ofertados ao consumidor (Leite, 2019). Tais serviços têm como objetivo proporcionar uma melhor experiência ao cliente com as soluções e produtos bancários e envolve aspectos como segurança e capacidade de processamento (Deloitte, 2019). Ao oferecer serviços financeiros com foco no cliente, capazes de combinar velocidade e flexibilidade, as *fintechs* tornaram-se dispositivos atraentes e vêm ganhando cada vez mais adeptos (Nicoletti, 2017). Sendo consideradas uma inovação disruptiva capaz de sacudir o tradicional mercado bancário (Lee e Shin, 2018).

3 METODOLOGIA

Para este trabalho foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, a qual segundo Knechtl (2014, p. 106), “[...] interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos e números”. A pesquisa ocorreu por meio de um questionário, contendo 17 perguntas de múltipla escolha e 2 discursivas. Em oito delas foi utilizada a escala Likert de 10 pontos, um método muito utilizado por pesquisadores para avaliar opiniões e atitudes das pessoas, de maneira que assume a linearidade na intensidade das experiências (Mugira, 2025). Tendo início em 29/11/2024 e término em 03/01/2025.

A coleta de dados foi desenvolvida através do Google forms (aplicativo de gerenciamento de pesquisa do Google) e distribuída por meio das redes sociais para o alcance dos usuários de contas digitais. Os dados foram tratados por meio da ferramenta Excel, seguida de análises estatísticas, como distribuição de frequência, média e desvio padrão, sendo utilizado o software estatístico SPSS versão 25.0.

O método de pesquisa é de tipo descritivo, cujo fim é “expor e caracterizar um fenômeno ou uma determinada população” (Brasileiro, 2021, p.76) e foi inicialmente direcionada a uma amostra de 238 usuários de serviços bancários, concentrados na região metropolitana do Recife. Desses, 33 usuários não avançaram para a segunda fase da pesquisa por não serem clientes de contas digitais e 4 foram removidos da base de dados devido a erros nos nomes dos bancos. Assim, 201 usuários foram considerados válidos para a segunda etapa por serem clientes de serviços bancários digitais oferecidos por *fintechs*, alinhando-se ao foco da pesquisa.

Todas as informações foram tratadas de forma sigilosa, sendo preservados os nomes dos participantes, os quais foram mencionados no presente estudo, apenas como respondentes, seguidos da numeração correspondente a ordem de respostas.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

4.1 Análise do perfil dos clientes

Nas cinco primeiras perguntas buscou-se conhecer o perfil dos participantes em relação à faixa etária, gênero, localidade, nível de escolaridade e renda. Dentre

os 201 respondentes, constatou-se que 73 são do gênero masculino, representando um percentual de 36,3% e 128 são do gênero feminino, correspondendo a 63,7% das respostas. Quanto à faixa etária, identificou-se que a maioria possui mais de 38 anos, sendo 38,3%.

Com relação a localidade dos participantes observou-se uma maior concentração de respostas nos municípios do Cabo de Santo Agostinho com 55,2%, seguido de Jaboatão dos Guararapes com 24,4% e Recife com 11,9%. Os demais 8,5% foram entre moradores dos municípios de Camaragibe, Escada, Ipojuca, Olinda e Paulista. Já se tratando do nível de escolaridade, o estudo evidenciou que a maioria possui o ensino médio, com 51,2%. Quando questionados quanto à renda, concluiu-se que a maioria possui entre um a dois salários mínimos, representando um total de 68,1%.

4.2 Principais resultados da pesquisa

Com a finalidade de conhecer as experiências dos usuários de contas digitais, perguntou-se aos 201 participantes em relação a quais *fintechs* eles possuem relacionamento. Os resultados seguem na tabela abaixo.

Tabela 2 – Qual dessas *fintechs* / contas digitais, você utiliza?
*Podendo marcar mais de uma opção

Bancos	N	Frequência	%
Nubank	201	151	75,1%
PicPay	201	54	26,9%
PagSeguro	201	42	20,9%
Banco Inter	201	34	16,9%
C6 Bank	201	20	9,9%
Banco Pan	201	16	8,0%
Neon	201	11	5,5%
Banco Original	201	8	4,0%
Mercado Pago	201	8	4,0%
Outros	201	25	12,4%
Total	201	369	183,6%

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

Ao analisar os dados coletados, verificou-se que o Nubank se destacou com uma concentração de 75,1% em relação ao número de clientes. Dos 201 respondentes, 151 são usuários ativos da plataforma financeira. Seguido do PicPay

com 26,9% o que corresponde a 54 usuários e o PagSeguro com 20,9% representando um total de 42 usuários. Como já mencionado no estudo, o Nubank vem adquirindo uma quantidade de clientes significativa, chegando a ultrapassar alguns bancos tradicionais bastante conceituados no mercado financeiro (Nubank [...], 2023).

Em se tratando dos tipos dos bancos, foi questionado se os participantes da pesquisa possuíam relacionamento apenas com banco digital ou também utilizavam agências tradicionais. O resultado evidenciou que das 199 respostas obtidas, 148 usuários se relacionam com banco digital e também com banco tradicional e 51 usuários possuem relacionamento apenas com banco digital. Como configurado na tabela a seguir.

Tabela 3 – Qual tipo de instituição bancária você possui relacionamento?

Tipos	Frequência	%	% acumulativa
	2	1,0%	1,0%
Apenas Banco digital	51	25,4%	26,4%
Banco tradicional e Banco digital	148	73,6%	100,0%
Total	201	100,0%	

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

A pesquisa mostra, a partir desses dados, que a maioria dos usuários optam por manter contas em diferentes instituições financeiras o que se alinha com a teoria trazida por Ferreira (2021), quando cita que as *fintechs* podem atuar oferecendo uma grande variedade de produtos e serviços ou optar por atender a soluções específicas. Isso reflete a possibilidade do consumidor combinar o relacionamento com diferentes instituições para melhor atender às suas necessidades.

Fazendo uma correlação das variáveis de faixa etária (desde menor de 18 até mais que 38) e de renda (desde um salário mínimo até mais que quatro salários) constatou-se que, dos 51 usuários que utilizam exclusivamente bancos digitais, 54,9% compõem os grupos etários mais jovens dentre os dispostos na pesquisa, que abrange entre menor de 18 até 27 anos. Essa escolha por apenas bancos digitais pode ser motivada pela familiaridade tecnológica entre os jovens, em procurar por soluções mais rápidas e acessíveis (Silva, 2023).

Já comparando com a renda dos 51 respondentes, 30 usuários possuem uma renda de até um salário mínimo, totalizando um percentual de 58,8% e 15 usuários totalizando 29,4% não ultrapassam de dois salários mínimos. Isso demonstra que a renda pode ser um fator determinante na escolha por bancos digitais, conforme já supracitado no estudo por Carvalho (2019), que *as fintechs* contribuem para que pessoas de baixa renda tenham acesso a serviços financeiros básicos, ao oferecer diversas vantagens e benefícios que tornam o acesso menos burocrático.

Seguindo a linha de pesquisa, perguntou-se aos 201 participantes, sobre os motivos que os levaram a adquirir uma conta digital, como podemos observar os resultados na tabela 4.

Tabela 4 – Qual o principal motivo que levou você a escolher uma conta digital?
*Podendo marcar mais de uma opção

Motivos	N	Frequência	%
Acessibilidade	201	118	58,7%
Praticidade	201	107	53,2%
Comodidade	201	85	42,3%
Ausência de taxas	201	76	37,8%
Benefícios	201	60	29,9%
Facilidade de crédito	201	55	27,4%
Inovação tecnológica	201	41	20,4%
Segurança	201	33	16,4%
Melhor atendimento ao cliente	201	29	14,4%
Menores juros e tarifas	201	24	11,9%
Investimentos	201	22	10,9%
Rapidez nas compensações	201	1	0,5%
Não se aplica	201	1	0,5%
Total	201	652	324,4%

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

Percebe-se na tabela acima uma variada distribuição de respostas, em que a maioria dos respondentes consideram mais de um motivo ao adquirir uma conta digital. Acessibilidade com (58,7%) e Praticidade (53,2%) foram os mais citados. Também teve bastante expressividade a Comodidade (42,3%) e Ausência de taxas (37,8%) como fatores preponderantes na decisão dos usuários. Como podemos observar a seguir, alguns relatos também foram mencionados em relação ao que os respondentes percebem como atrativos para adquirir uma conta digital:

“A praticidade de ter mobile banking, ter juros menores, eu não tive problema nenhum no momento, pelo o contrário que já tive com os bancos comercial (tradicional),no qual a tem muita burocracia e dificulta de liberação de crédito” (Respondente 11).

“Utilizo os dois tipos de conta bancária, mas o motivo principal de utilizar a conta digital, é devido a facilidade e praticidade do dia de pagar boletos (evitando filas em agências bancárias), lembretes de vencimento das contas cadastradas no seu cpf, além de alguns bancos digitais que oferecem cashback pelo pagamento da conta ou fornecem rendimento diário do seu dinheiro” (Respondente 26).

“A facilidade de abrir a conta e o relacionamento com o banco de forma remota se faz mais ágil a resolução, dessa forma, a comodidade foi um dos fatores que colaboraram com a escolha de um banco digital” (Respondente 45).

De acordo com a tabela 5, foi analisado o nível de frequência de acesso aos serviços financeiros pelos usuários de contas digitais. Sendo utilizado uma escala Likert de 10 pontos, onde 1 representa “ pouco frequente” e 10 indica “muito frequente”. Como exposto na tabela, a média geral entre as alternativas foi de 8,45 indicando que a maioria dos usuários acessam os serviços financeiros digitais com bastante frequência. Isso reflete um indicativo positivo, reforçando o que a pesquisa Febraban de 2024 constatou sobre a expansão das operações via canais digitais, o que evidencia a crescente confiança dos consumidores na utilização desses serviços.

Tabela 5 – Nível de frequência dos usuários de contas digitais

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro desvio
Com que frequência você utiliza serviços bancários digitais?	201	1	10	8,45	2,278
Total (N válido)	201				

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

Em se tratando do nível de concordância entre “discordo totalmente” e “concordo totalmente”, a tabela 6 indica o comportamento do consumidor ao realizar transações nos canais digitais, no que diz respeito à segurança percebida e à facilidade de uso dos aplicativos. A média de 9,14 referente a facilidade no uso do aplicativo da conta, indica uma experiência positiva dos respondentes. Assim como

já levantado neste estudo, as *fintechs* estão criando uma nova experiência na transação e utilização dos serviços financeiros (Oliveira; Reis; Junior, 2018). Isso gera valor e competitividade (Luz, 2020).

Concernente à média de 8,51 a respeito da segurança nas transações, os dados apontam que a maioria dos clientes concordam que se sentem seguros ao utilizar esses serviços, e no nível de discordância com média de 2,47, os dados revelam que grande parte deles não enfrentaram problemas de segurança como fraudes ou roubos de dados, nos serviços bancários digitais. No entanto, com o crescente nível de transações digitais, a questão da segurança torna-se fundamental, visto que alguns dos respondentes já enfrentaram situações indesejadas relacionadas à proteção de seus dados. Assim como os relatos descritos abaixo:

“Cartão clonado” (Respondente 23).

“Tive compras online no meu cartão de crédito. Porém, ao receber a notificação de tentativa de compra, entrei em contato com o banco Nubank pelo chat no aplicativo e na mesma hora cancelaram meu cartão e enviaram um novo, visto que a numeração havia sido fraudada” (Respondente 45).

“Tentaram fazer compras em Apps pelo meu cartão virtual da conta digital” (Respondente 117).

Essas experiências ressaltam que as instituições financeiras, mesmo com todo seu investimento em tecnologia, para garantir uma maior proteção aos seus usuários, não estão isentos das ameaças cibernéticas.

Quando perguntado aos usuários se eles recomendariam seu banco digital para outras pessoas, a média de 9,14 mostra que os clientes concordam totalmente na recomendação de seu banco digital. Isso reflete a experiência e a satisfação do consumidor, ao ponto de repetir o processo de compra ou indicá-lo para outras pessoas (Solomon, 2016).

Tabela 6 – Nível de concordância dos usuários de contas digitais

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro desvio
O aplicativo da sua conta digital é de fácil utilização?	201	1	10	9,14	1,433
Você se sente seguro ao realizar transações bancárias digitais?	201	1	10	8,51	1,831
Você já enfrentou algum problema de segurança (ex. fraude, roubo de dados) ao utilizar serviços bancários digitais?	201	1	10	2,47	3,779
Você recomendaria o seu banco digital para outras pessoas?	201	1	10	9,14	1,454
Total (N válido)	201				

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

A tabela a seguir, apresenta as médias das respostas dos usuários, que variam entre “totalmente insatisfeito” e “totalmente satisfeito”, em relação à qualidade do atendimento ao cliente, a rapidez nas transações e a satisfação com os serviços oferecidos pelas instituições financeiras digitais. Os resultados foram respectivamente 8,19; 9,18 e 8,91. O que evidencia que a maioria dos consumidores têm uma percepção positiva quanto à dinâmica de atendimento ao cliente, valorizam os serviços oferecidos pelo seu banco digital, assim como demonstra uma alta satisfação em relação a rapidez com que suas transações são processadas.

Tabela 7 – Nível de satisfação dos usuários de contas digitais

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro desvio
Como você avalia a qualidade do atendimento ao cliente da sua conta digital?	201	1	10	8,19	1,805
Qual o seu nível de satisfação em relação a rapidez nas transações dos serviços financeiros digitais?	201	1	10	9,18	1,304
Qual o seu nível de satisfação com os serviços oferecidos pelo seu banco digital?	201	1	10	8,91	1,509
Total (N válido)	201				

Fonte: A autora com base nos dados da pesquisa (2025).

Analisar esses aspectos é fundamental para entender a percepção dos consumidores e para que as empresas possam proporcionar melhores experiências

de uso. Visto que o consumidor atual, está cada vez mais exigente em relação às expectativas de consumo (Gilmore; Pina, 1998 *apud* Silva, 2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho abordou com base no objetivo de pesquisa, as percepções dos consumidores de contas digitais em relação aos serviços oferecidos pelas empresas denominadas *fintechs*. Assim como identificou por meio da literatura, o quanto essas instituições financeiras vem se destacando no mercado como agentes de mudança, impulsionadas pela inovação e pelo crescente avanço tecnológico. Assim como retratou quanto aos benefícios proporcionados por essas instituições, ao promover a inclusão financeira e um acesso mais simplificado.

Os resultados da pesquisa evidenciaram pontos positivos, em que a maioria dos usuários afirmaram se sentirem satisfeitos com o atendimento, a rapidez nas transações e com os serviços oferecidos por seus bancos digitais. Ao ponto de indicá-lo para outras pessoas. Aspectos relacionados à segurança, também tiveram médias satisfatórias, em que a maioria dos respondentes afirmaram se sentirem seguros ao compartilhar seus dados em suas contas digitais. Em relação aos principais motivadores ao adquirir uma conta digital a acessibilidade, praticidade e comodidade foram os mais citados. Isso reflete a posição do consumidor, que valoriza contas digitais por achar mais acessíveis, fáceis de usar e que oferecem a conveniência de serem utilizadas em qualquer lugar.

Diante disso, analisar as experiências e os motivadores que impulsionam os usuários ao consumo digital, permite às empresas uma melhor tomada de decisão, criar estratégias mais assertivas e o aprimoramento dos seus produtos e serviços, garantindo assim, a satisfação do consumidor e vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes.

A relevância desse estudo se destaca por ser um tema atual e colabora para que a sociedade possa entender um pouco mais sobre esse modelo de negócio que vem crescendo consideravelmente, tanto no Brasil quanto internacionalmente, o que contribui para a inovação e modernização do mercado financeiro. Como sugestão para estudos futuros, sugere-se realizar pesquisas com abordagem qualitativa para explorar o papel das *fintechs* na inclusão financeira e tecnológica em comunidades

rurais, bem como identificar os desafios diante desse contexto. Outra linha de pesquisa seria estudos sobre como as *fintechs* incluem práticas financeiras éticas e sustentáveis em suas operações e produtos.

REFERÊNCIAS

ALECRIM, E. O que é fintech? (conceito, tipos e exemplo). [Site] Infowester. 2016. Disponível em: https://www.infowester.com/fintech.php#google_vignette. Acesso em: 25 nov. 2024.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Fintechs de crédito e bancos digitais**: estudo especial nº 89/ 2020. Brasília: BCB, 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE089_Fintechs_de_credito_e_bancos_digitais.pdf. Acesso em: 17 set. 2024.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Fintechs. [Site] Banco Central. 2025. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/fintechs>. Acesso em: 26 out. 2024.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Open Finance. [Site] Banco Central. 2025. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/openfinance>. Acesso em: 02 nov. 2024.

BRASIL conta com 1592 fintechs ativas. [Site] Abranet. 2024. Disponível em: <https://www.abranet.org.br/publicacoes/noticias/5144>. Acesso em: 04 dez. 2024.

BRASIL. Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco civil da internet). **Diário Oficial da União**, Brasília - DF, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 24 nov. 2024.

BRASIL. Resolução nº 4.656, de 26 de abril de 2018. Dispõe sobre a sociedade de crédito direto e a sociedade de empréstimo entre pessoas. **Diário Oficial da União**, Brasília - DF, 30 abr. 2018. Disponível em: https://normativos.bcb.gov.br/Lists/Normativos/Attachments/50579/Res_4656_v1_O.pdf. Acesso em: 03 out. 2024.

BRASIL. Resolução Nº 4.658, de 26 de abril de 2018. Dispõe sobre a política de segurança cibernética nas instituições financeiras. **Diário Oficial da União**, Brasília - DF, 30 abr. 2018. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50581/Res_4658_v1_O.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

BRASILEIRO, A. M. **Como produzir textos acadêmicos e científicos**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2021. 272 p.

CARVALHO, H. S. **Inclusão financeira por meio das Fintechs**: uma análise do impacto das soluções tecnológicas no acesso aos serviços financeiros em comunidades de baixa renda. 2023. 28 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana - MG. 2023.

CITTADIN, A. T. **Inovação tecnológica no ambiente financeiro**: impactos e repercussões das fintechs. 2019. 31 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC, Criciúma - SC. 2019.

DELOITTE. **Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária**. V. 2. 32 ed. S.l: Febraban, 2024. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/Pesquisa%20Febraban%20de%20Tecnologia%20Banc%C3%A1ria%202024.pdf>. Acesso em: 20 out. 2024.

DELOITTE. **Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária**. 27 ed. S.l: Febraban, 2019. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/Pesquisa-FEBRABAN-Tecnologia-Bancaria-2019.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2024.

DISTRITO. **Relatório Fintech Report 2022**. 49 p. São Paulo: Distrito, 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/01/Report-Fintech-2022.pdf>. Acesso em: 03 set. 2024.

DISTRITO. **Relatório Fintech Report 2024**. 54 p. São Paulo: Distrito, 2024. Disponível em: <https://materiais.distrito.me/report/fintech-report-2024>. Acesso em: 22 set. 2024.

FARIA, E. **Fintechs de crédito e intermediários financeiros**: uma análise comparativa de eficiência. 2018. 123 p. Dissertação (Mestrado em Empreendedorismo) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de São Paulo, Universidade de São Paulo. 2018.

FERREIRA, M. **Tecnologia e gestão financeira**: reconstruindo a realidade. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2021. 176. p.

FINTECH: como a tecnologia está ajudando a descentralizar o sistema financeiro. **[Site] Bloxs**. 2021. Disponível em: <https://conteudos.bloxs.com.br/o-que-e-fintech-e-como-funciona>. Acesso em: 04 dez. 2024.

FINTECHS 2024 e a revolução silenciosa dos serviços financeiros. **[Site] FinanceOne**. 2024. Disponível em: <https://financeone.com.br/fintechs-2024-e-a-revolucao-silenciosa-dos-servicos-financeiros/>. Acesso em: 21 set. 2024.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**, 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 120. p.

KNECHTEL, M. R. Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada. **Revista Prisma: as pesquisas qualitativas e quantitativas na educação**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 154-174, 2021. Disponível em: <https://revistaprisma.emnuvens.com.br/prisma/article/view/49>. Acesso em: 03 nov. 2024.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. Tradução: Yamamoto S. M. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. 876 p.

LEE, In.; SHIN, Y. J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. **Business Horizons**, Indiana, v. 61, n. 1, p. 35-46, 2018. DOI 10.1016/j.bushor.2017.09.003. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681317301246?via%3Dihub>. Acesso em: 05 dez. 2024.

LEITE, A. H. G. **A preferência do consumidor entre instituições financeiras tradicionais e fintechs**. 2019. 23 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia) - Instituto Insper, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://repositorio.insper.edu.br/server/api/core/bitstreams/a65ac3d5-47ff-4633-af9a-253ae4b83b94/content>. Acesso em: 25 out. 2024.

LUZ, V. V. da. **Comportamento do consumidor na era digital**. 1. ed. Curitiba: Contentus, 2020. 141 p.

MARTELLO, A. Lucro dos bancos bate recorde e soma R\$144 bilhões em 2023, aponta Banco Central. **[Site] G1**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2024/06/06/lucro-dos-bancos-soma-r-145-bilhoes-em-2023-e-bate-recorde-revela-banco-central.ghtml>. Acesso em: 15 de dez. 2024.

MENDES, L. P. R.; VALDISSER, C. R. Uma análise das contribuições do empreendedorismo, das incubadoras tecnológicas e da inovação na criação de Startups. **Revista GeTeC**, Monte Carmelo, v. 8, n. 20, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1612>. Acesso em: 28 dez. 2024.

MORAIS, V. D. **Novas tecnologias aplicadas à gestão financeira**. 1 ed. Curitiba: Contentus, 2020. 136 p.

MUGUIRA, A. Escala Likert: o que é e como usar. **[Blog] QuestionPro**. 2025. Disponível em: <https://www.questionpro.com/blog/pt-br/o-que-e-escala-likert/>. Acesso em: 25 jan. 2025.

NICOLETTI, B. **The Future of FinTech**: integrating finance and technology in financial services. Cham: Springer International Publishing, 2017. p. 81-159.

NUBANK passa o Banco do Brasil em número de clientes e se torna o 4º maior do Brasil. **[Site] G1 [ONLINE]**. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2023/07/26/nubank-passa-o-banco-do-brasil-em-numero-de-clientes-e-se-torna-o-4o-maior-do-brasil.ghtml>. Acesso em: 10 dez. 2024.

OLIVEIRA, D. V. de.; REIS, V. P.; SOUZA J. M. L. de. **A Revolução Gerada Pelas Fintechs No Relacionamento Do Consumidor No Sistema Bancário Brasileiro**. 2018. 21 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Faculdade de Administração de Leopoldina, Faculdades Unificadas Doctum, Leopoldina - MG. 2018. Disponível em: <https://dspace.doctum.edu.br/handle/123456789/2028>. Acesso em: 25 nov. 2024.

OLIVEIRA, L. G. de. **Transformação do setor financeiro brasileiro: o impacto das fintechs na oferta de produtos e serviços sob perspectivas tecnológicas e sociais**. 2023. 21 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Departamento de Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2023.

RESENDE, S. L. R. et al. **A experiência do cliente de empresas de telecomunicações: uma proposta de metodologia para sua mensuração e análise considerando aspectos regionais**. 2019. 93 p. Dissertação (Pós-Graduação em Administração) - Faculdade de Gestão e Negócios de Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia. MG. 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/25352>. Acesso em: 28 set. 2024.

REZENDE, L. P. F. **Inovação tecnológica e a funcionalidade do sistema financeiro: uma análise de balanço patrimonial dos bancos no Brasil**. 2012. 176 p. Tese (Doutorado em Economia) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/AMSA-8V8PBD>. Acesso em: 25 set. 2024.

SAXENA, D.; JOSHI, N. Visibility and projection of paradigm shift in cashback industry: A case of cashnom.com. **Management Today**, v. 6, n. 4, p. 186–191, 2016. ISSN 2348-3989. Disponível em: <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:mgt&volume=6&issue=4&article=006#top>. Acesso em: 20 set. 2024.

SILVA, M. R. et al. **Experiência do cliente de fintech: uma análise com base em sua jornada**. 2022. 36 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração) - Faculdade de Gestão e Negócios, Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia - MG. 2022.

SILVA, R. V. Como as fintechs podem se adaptar às demandas da Geração Z. **[Site] LinkedIn**. 2023. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/como-fintechs-podem-se-adaptar-%C3%A0s-demandas-da-gera%C3%A7%C3%A3o-victor-cfp->. Acesso em: 24 jan. 2025.

SILVA, T. S. **O uso de políticas de cashback: uma revisão sistemática da literatura**. 2023. 51 p. Trabalho de conclusão de curso (Engenharia de produção) - Universidade Federal de Ouro Preto, João Monlevade - MG. 2023.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. Tradução: Beth H. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

Anexo - Formulário da Pesquisa

A seguir, são apresentadas as perguntas utilizadas no questionário, as quais contribuíram como fonte de dados do presente estudo:

Você possui conta em banco digital?

Qual é a sua faixa etária?

Qual seu gênero?

Em qual cidade você mora?

Qual é o seu nível de escolaridade?

Qual é a sua renda mensal?

Qual tipo de instituição bancária você possui relacionamento?

Qual dessas *fintechs* / contas digitais, você utiliza?

* Podendo marcar mais de uma opção.

Qual o principal motivo que levou você a escolher uma conta digital?

* Podendo marcar mais de uma opção.

Com que frequência você utiliza serviços bancários digitais?

Como você avalia a qualidade do atendimento ao cliente da sua conta digital?

O aplicativo da sua conta digital é de fácil utilização?

Qual o seu nível de satisfação em relação a rapidez nas transações dos serviços financeiros digitais?

Você se sente seguro ao realizar transações bancárias digitais?

Você já enfrentou algum problema de segurança (ex. fraude, roubo de dados) ao utilizar serviços bancários digitais?

Se já enfrentou algum problema relacionado à segurança, gostaria de relatar a sua experiência?

Você recomendaria o seu banco digital para outras pessoas?

Qual o seu nível de satisfação com os serviços oferecidos pelo seu banco digital?

O que motivou você a escolher uma conta digital em vez de uma conta bancária tradicional. Descreva aqui sua experiência.