

# PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS SOBRE AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS: UMA ABORDAGEM BASEADA NA EXPERIÊNCIA COM AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

Kely Cristina Alves Ferreira<sup>1</sup>

Nathaliê Silva Souza<sup>2</sup>

Murilo Marques Costa<sup>3</sup>

Universidade Evangélica de Goiás – UniEVANGÉLICA<sup>123</sup>

## RESUMO

As tecnologias financeiras digitais, como bancos digitais e fintechs, têm transformado o setor bancário ao ampliar a inclusão financeira e facilitar o acesso a serviços. No Brasil, inovações como o Pix e as regulamentações do Banco Central aceleraram esse processo de modernização. Este estudo teve como objetivo analisar o comportamento dos usuários frente às instituições financeiras digitais, investigando percepções, experiências e os principais fatores que influenciam a interação com inovações tecnológicas no setor bancário. A pesquisa, de abordagem quantitativa e caráter descritivo, foi realizada com 625 residentes do Vale do São Patrício (GO), por meio de questionário eletrônico. Os resultados apontaram diferentes padrões de percepção e uso das tecnologias digitais, com destaque para os 504 usuários de bancos digitais, que demonstraram elevada familiaridade e confiança nessas ferramentas. Identificou-se que a segurança percebida é um fator determinante tanto para a aceitação quanto para a continuidade do uso desses serviços. Conclui-se que a percepção dos usuários é fortemente moldada por fatores comportamentais, sobretudo pela confiança na segurança e pela vivência prática com as inovações tecnológicas, elementos essenciais para a consolidação das instituições financeiras digitais.

**Palavras-chave:** Bancos; Inovações tecnológicas; Instituições financeiras; Pix.

## INTRODUÇÃO

A expansão das tecnologias financeiras digitais, representadas por bancos digitais e *fintechs*, tem transformado de maneira acelerada o setor bancário global, movimentando um mercado bilionário e promovendo mudanças significativas nas relações entre instituições e clientes (Mall; Panigrahi; Kabir Hassan, 2024; Ayyash et al., 2024). No Brasil, essas inovações têm ampliado a inclusão financeira e diversificado o acesso a serviços bancários, sobretudo por meio de canais digitais capazes de superar barreiras de tempo e distância (Shaikh; Alharthi; Alamoudi, 2020).

A implementação do Pix e o fortalecimento do ambiente regulatório pelo Banco Central do Brasil (Banco Central do Brasil, 2022) ilustram esse processo de modernização e evidenciam a relevância do tema no contexto nacional. Além de redefinir o setor financeiro, o avanço tecnológico tem permitido que organizações

alcancem níveis superiores de eficácia e eficiência (Musyaffi, *et al.*, 2022). Nesse cenário, observa-se a migração dos bancos de canais indiretos para diretos, proporcionando uma entrega mais ágil e efetiva de serviços aos usuários finais (Silva; Marchesini, 2023).

O comportamento do usuário, por sua vez, é influenciado por fatores como confiança, facilidade de uso, utilidade percebida e experiência de navegação, que determinam a aceitação ou o abandono das soluções digitais (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh; Thong; Xu, 2012). Compreender esses elementos é fundamental para que as instituições financeiras desenvolvam estratégias capazes de responder de forma mais precisa às expectativas e necessidades de seus clientes (Gautam; Sah, 2023).

Diante desse contexto, este estudo tem como objetivo analisar o comportamento dos usuários em relação às instituições financeiras digitais, investigando suas percepções, experiências e os principais fatores que influenciam a interação com inovações tecnológicas no setor bancário.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

A pesquisa adotou abordagem quantitativa, com delineamento transversal e caráter descritivo. Os dados foram coletados por meio de questionário eletrônico aplicado entre agosto e outubro de 2024 a 625 residentes do Vale do São Patrício (GO), considerando apenas participantes maiores de 18 anos, residentes na região e que aceitaram o TCLE. As variáveis analisadas incluíram tempo de uso de bancos digitais, funções mais utilizadas, frequência de acesso e fatores motivadores da adoção. O estudo obteve aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Evangélica de Goiás (Nº 7.056.249).

A consistência interna dos itens do questionário foi verificada por meio do coeficiente alfa de Cronbach e a representatividade amostral calculada no software Raosoft®. Empregou-se regressão logística, para avaliar a associação entre percepção de segurança e o uso de bancos digitais, adotando um nível de significância de  $p < 0,05$  e intervalo de confiança de 95%.

## **RESULTADOS**

A pesquisa contou com a participação de 625 voluntários. A Tabela 1 apresenta a distribuição de variáveis relacionadas ao uso de bancos digitais entre esses participantes, dos quais 504 são usuários e 121 não utilizam esse tipo de serviço.

**Tabela 1.** Distribuição das variáveis analisadas em relação ao uso de Banco Digital

Variáveis	Uso de Banco Digital					
	Sim		Não		Total	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
<b>Tempo de Uso de Banco Digital</b>						
Há menos 1 ano	35	(6,94)	2	(1,65)	37	(5,92)
Entre 1 a 2 anos	112	(22,22)	4	(3,31)	116	(18,56)
Entre 3 a 4 anos	187	(37,10)	3	(2,48)	190	(30,40)
Mais de 4 anos	170	(33,73)	7	(5,79)	177	(28,32)
Não uso	0	(0,00)	105	(86,78)	105	(16,80)
<b>Idade de início de uso</b>						
Entre 10 e 20 anos	249	(49,40)	30	(24,79)	279	(44,64)
Entre 21 e 30 anos	137	(27,18)	17	(14,05)	154	(24,64)
Entre 31 e 40 anos	61	(12,10)	14	(11,57)	75	(12,00)
Entre 41 a 50 anos	42	(8,33)	22	(18,18)	64	(10,24)
Mais de 51 anos	12	(2,38)	4	(3,31)	16	(2,56)
Nunca teve contato	3	(0,60)	34	(28,10)	37	(5,92)
<b>Influência ao uso de Bancos Digitais</b>						
Agilidade	292	(57,94)	46	(38,02)	338	(54,08)
Comodidade	65	(12,90)	17	(14,05)	82	(13,12)
Facilidade de uso	83	(16,47)	15	(12,40)	98	(15,68)
Acessibilidade	15	(2,98)	7	(5,79)	22	(3,52)
Melhores condições e taxas	23	(4,56)	0	(0,00)	23	(3,68)
Atendimento e resolução de problemas	6	(1,19)	0	(0,00)	6	(0,96)
Diversidade de serviços	12	(2,38)	1	(0,83)	13	(2,08)
Outros	2	(0,40)	35	(28,93)	37	(5,92)
Segurança	3	(0,60)	0	(0,00)	3	(0,48)
Confiabilidade	3	(0,60)	0	(0,00)	3	(0,48)
<b>Uso semanal de aplicativos digitais</b>						
Mais de quatro vezes	258	(51,19)	42	(34,71)	300	(48,00)
Três ou quatro vezes	114	(22,62)	14	(11,57)	128	(20,48)
Menos de uma vez	27	(5,36)	12	(9,92)	39	(6,24)
Uma ou duas vezes	105	(20,83)	18	(14,88)	123	(19,68)
Não utilizo	0	(0,00)	35	(28,93)	35	(5,60)
<b>Função mais utilizada no Aplicativo</b>						
Pagamento de contas	47	(9,33)	8	(6,61)	55	(8,80)
Pix	373	(74,01)	60	(49,59)	433	(69,28)
Controle de gastos	4	(0,79)	1	(0,83)	5	(0,80)
Consulta de faturas do cartão de crédito	28	(5,56)	3	(2,48)	31	(4,96)
Consulta de saldo	32	(6,35)	11	(9,09)	43	(6,88)
Não utilizo aplicativo bancário	0	(0,00)	36	(29,75)	36	(5,76)
Investimentos	6	(1,19)	0	(0,00)	6	(0,96)
Consulta de extrato	9	(1,79)	2	(1,65)	11	(1,76)
Transferência bancária (Ted)	4	(0,79)	0	(0,00)	4	(0,64)
Recargas de celular	1	(0,20)	0	(0,00)	1	(0,16)

Fonte: Elaborada pelos autores.

A análise comportamental revelou padrões distintos na percepção e uso de tecnologias financeiras digitais entre os 625 participantes. Entre os usuários de bancos digitais (n=504), identificou-se predominância de comportamentos que

refletem alta familiaridade e confiança nas tecnologias financeiras. A idade de início no uso de bancos digitais é predominantemente entre 10 e 20 anos, englobando 49,40% dos usuários. Por outro lado, 28,10% dos não usuários indicaram nunca ter tido contato com bancos digitais. Entre os fatores de influência, a agilidade é o principal motivo citado pelos usuários, representando 57,94% das respostas.

Quanto à frequência semanal de uso de aplicativos digitais, 51,19% dos usuários utilizam esses serviços mais de quatro vezes por semana, enquanto 28,93% dos não usuários afirmaram não utilizar aplicativos bancários. O Pix emergiu como funcionalidade predominante, utilizada por 74,01% dos usuários de bancos digitais, demonstrando como inovações específicas podem moldar positivamente a percepção geral sobre instituições financeiras. A agilidade foi identificada como principal motivação (57,94%), seguida pela facilidade de uso (16,47%) e comodidade (12,90%).

A regressão logística apontou a percepção de segurança como fator determinante para o uso de bancos digitais. Esse modelo considerou o uso de banco digital como variável dependente e a percepção de segurança como única variável independente. Os resultados mostraram que usuários que classificam os serviços como “seguros” apresentaram maior probabilidade de adoção ( $\beta = 1,055$ ;  $p < 0,001$ ). Aqueles que os consideram “muito seguros” demonstraram propensão ainda mais elevada ao uso ( $\beta = 1,851$ ;  $p < 0,001$ ) quando comparados aos que percebem os serviços como pouco seguros. A Tabela 2 apresenta a síntese dessa análise.

**Tabela 2.** Regressão logística dos fatores associados ao uso de banco digital

Variáveis	$\beta$	IC 95%		Erro padrão	p
		Lim. Inferior	Lim. Superior		
<b>Segurança</b>					
Seguro – Pouco seguro	1,055	0,471	1,638	0,298	<,001 *
Muito seguro – Pouco seguro	1,851	0,749	2,952	0,562	<,001 *

Fonte: Elaborada pelos autores. \* $p < 0,05$

## CONCLUSÃO

Este estudo revelou que usuários que consideram os serviços digitais seguros ou muito seguros apresentam probabilidade significativamente maior de utilizá-los, o que reforça a importância da confiabilidade percebida como elemento central na escolha por instituições financeiras digitais. Aspectos como agilidade, facilidade de uso e comodidade contribuem para a continuidade do uso e integração dessas

tecnologias ao cotidiano, reforçando a necessidade de que instituições financeiras priorizem estratégias que ampliem a confiança do usuário, além de serviços mais assertivos e personalizados, atendendo às necessidades específicas de seus clientes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AYYASH, M. *et al.* Cybersecurity education and awareness among parents and teachers: A survey of Bahrain. **IEEE access: practical innovations, open solutions**, [S. l.], v. 12, p. 86596–86617, 2024. DOI: 10.1109/ACCESS.2024.3416045. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/381501036\\_Cybersecurity\\_Education\\_and\\_Awareness\\_among\\_Parents\\_and\\_Teachers\\_A\\_Survey\\_of\\_Bahrain](https://www.researchgate.net/publication/381501036_Cybersecurity_Education_and_Awareness_among_Parents_and_Teachers_A_Survey_of_Bahrain). Acesso em: 05 ago. 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Boxe 7 – Evolução dos meios digitais para realização de transações de pagamento no Brasil. **Relatório de economia bancária**, [S. l.], Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/689/noticia>. Acesso em: 24 nov. 2024.

GAUTAM, D. K.; SAH, G. K. Online banking service practices and its impact on E-customer satisfaction and E-customer loyalty in developing country of South Asia-Nepal. **SAGE open**, [S. l.], v. 13, n. 3, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440231185580>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/215824402311855>. Acesso em: 05 ago.2025.

MALL, S.; PANIGRAHI, T. R.; KABIR HASSAN, M. Neo banking: A bibliometric review of the current research trend and future scope. **International review of economics & finance**, [S. l.], v. 96, n. 103559, p. 103559, 2024. DOI: 10.1016/j.iref.2024.103559. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/eee/reveco/v96y2024ipas1059056024005513.html>. Acesso em: 14 ago. 2025

MUSYAFFI, A. M. *et al.* Understanding digital banking adoption during post-Coronavirus pandemic: An integration of technology readiness and technology acceptance model. **TEM Journal**, [S. l.], p. 683–694, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18421/TEM112-23>. Disponível em: [https://www.academia.edu/82298812/Understanding\\_Digital\\_Banking\\_Adoption\\_During\\_Post\\_Coronavirus\\_Pandemic\\_An\\_Integration\\_of\\_Technology\\_Readiness\\_and\\_Technology\\_Acceptance\\_Model](https://www.academia.edu/82298812/Understanding_Digital_Banking_Adoption_During_Post_Coronavirus_Pandemic_An_Integration_of_Technology_Readiness_and_Technology_Acceptance_Model). Acesso em: 05 ago. 2025.

SHAIKH, A. A.; ALHARTHI, M. D.; ALAMOUDI, H. O. Examining key drivers of consumer experience with (non-financial) digital services—An exploratory study. **Journal of retailing and consumer services**, [S. l.], v. 55, n. 102073, p. 102073, 2020. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102073. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/339314556\\_Examining\\_key\\_drivers\\_of\\_consumer\\_experience\\_with\\_non-financial\\_digital\\_services-An\\_exploratory\\_study](https://www.researchgate.net/publication/339314556_Examining_key_drivers_of_consumer_experience_with_non-financial_digital_services-An_exploratory_study). Acesso em: 20 ago. 2025

SILVA, L. R.; MARCHESINI, M. M. P. Digitalização dos canais de distribuição de serviços bancários: impactos na cultura organizacional de um banco. **Exacta**, [S. l.], v. 22, n. 4, p. 1175–1204, 2023. DOI: <https://doi.org/10.5585/2023.22508>. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/exacta/article/view/22508>. Acesso em: 05 ago. 2025.

VENKATESH, V. *et al.* User acceptance of information technology: Toward A unified View1. **MIS quarterly: management information systems**, [S. l.], v. 27, n. 3, p. 425–478, 2003. DOI: 10.2307/30036540. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/220259897\\_User\\_Acceptance\\_of\\_Information\\_Technology\\_Toward\\_a\\_Unified\\_View](https://www.researchgate.net/publication/220259897_User_Acceptance_of_Information_Technology_Toward_a_Unified_View). Acesso em: 20 ago. 2025.

VENKATESH, V.; THONG, J. Y. L.; XU X.; Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of Technology1. **MIS quarterly: management information systems**, [S. l.], v. 36, n. 1, p. 157–178, 2012. DOI: 10.2307/41410412. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/220260065\\_Consumer\\_Acceptance\\_and\\_Use\\_of\\_Information\\_Technology\\_Extending\\_the\\_Unified\\_Theory\\_of\\_Acceptance\\_and\\_Use\\_of\\_Technology](https://www.researchgate.net/publication/220260065_Consumer_Acceptance_and_Use_of_Information_Technology_Extending_the_Unified_Theory_of_Acceptance_and_Use_of_Technology)