



BANCOS DIGITAIS E OS NÍVEIS DE SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES: UM ESTUDO EMPÍRICO SOBRE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS OFERTADOS ¹

Danyel Pires Arrais²
Osmar de P. O. Junior³

RESUMO: O avanço da tecnologia trouxe várias facilidades em diferentes aspectos. No que tange às instituições bancárias, o avanço tecnológico proporcionou a criação de bancos que atuam no mercado financeiro, de forma totalmente digital, os chamados bancos digitais ou “*fintechs*”. O presente trabalho tem, como objetivo principal, realizar a identificação do nível de satisfação dos consumidores quanto aos serviços prestados pelos bancos digitais, bem como verificar a incidência de ações criminosas. Assim, para compreender a atuação dos bancos digitais frente aos tradicionais, foi realizada uma pesquisa com características qualitativas, de natureza exploratória e com finalidades descritivas, a qual se desenvolveu em três etapas: análise bibliográfica; coleta de dados secundários; e coleta de dados primários. Desse modo, finalizados os procedimentos, constataram-se indícios que apontam para um maior índice de satisfação dos clientes em relação às instituições digitais. Apesar de a maioria dos participantes considerar os bancos tradicionais mais confiáveis, os resultados mostraram que os bancos digitais também apresentaram um bom desempenho quanto a esse quesito.

PALAVRAS-CHAVE: contratos; *fintechs*; satisfação; direito do consumidor.

ABSTRACT: *The advancement of technology has brought many facilities in different aspects. With regard to banking institutions, technological advances have led to the creation of banks that operate in the financial market in a completely digital way, the so-called digital banks or “fintechs”. The main objective of this paper is to identify the level of consumer satisfaction with the services provided by digital banks, as well as to verify the incidence of criminal actions. Thus, to understand the performance of digital banks compared to traditional ones, a research with qualitative characteristics, exploratory in nature and with descriptive purposes was carried out. The research was developed in three stages: bibliographic analysis; secondary data collection; and primary data collection. Thus, once the procedures were completed, there were signs that point to a higher level of customer satisfaction in relation to digital institutions. Although most respondents considered traditional banks more reliable, the results showed that digital banks also performed well.*

KEYWORDS: *contracts; fintechs; satisfaction; consumer law.*

¹ Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Direito da Faculdade de Jussara/FAJ, como parte obrigatória para obtenção do Grau de Bacharel em Direito.

² Graduando do Curso de Direito da Faculdade de Jussara. E-mail: danyel_arrais@hotmail.com.

³ Professor, Doutor em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás-UFG. Graduado em Administração pela Faculdade de Jussara-FAJ. E-mail: juniorfaj@yahoo.com.br.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O sistema bancário vem evoluindo desde a criação do primeiro banco, que recebeu o nome de Banco di San Giorgio e foi instalado na cidade de Genova, na Itália, em 1406. No processo de desenvolvimento, inovação e melhoria, essas instituições passaram por grandes transformações até chegarem na posição atual. A globalização da economia, marcada pela rápida disseminação da internet, trouxe grandes mudanças ao setor bancário, dentre elas, destaca-se o surgimento dos Bancos Digitais, também conhecidos como *Fintechs*. Este termo foi construído através da junção das palavras “*financeira*” e “*technology*”, para se referir a empresas que atuam no meio financeiro de forma totalmente digital.

O crescente aumento no número de empresas acirrou a concorrência entre os bancos tradicionais e digitais, tornando o setor privado o principal responsável pela concentração de mercado. Esse ambiente elevou a concorrência entre os grandes bancos, fazendo com que fossem desenvolvidas melhorias em seus serviços, com objetivo de satisfazer melhor seus clientes.

Os bancos digitais, por sua vez, foram criados com o objetivo de desburocratizar alguns serviços através da isenção de parte dos custos bancários, como: transferências interbancárias, taxa de manutenção de contas e a anuidade cobrada pelo uso de cartões de crédito. A adesão a essas instituições se intensificou nos últimos anos, especialmente, em 2020, ano marcado pelo início da pandemia de Covid-19. A emergência sanitária levou milhões de pessoas a ficarem em suas casas, optando por maiores níveis de consumo de serviços e transações *on-line*, com destaque para os serviços financeiros.

Entretanto, apesar de rápido, intuitivo, tecnológico e com facilidades nas transações, alguns clientes dos bancos digitais possuem incerteza quanto à segurança das instituições. A ausência de instalações físicas próximas, ainda leva muitas pessoas a preferirem os bancos tradicionais, na tentativa de se desvencilharem de possíveis fraudes bancárias ocorridas através da internet, além de manter algum nível de proximidade com as empresas.

A evolução do setor bancário fez com que houvesse, também, certa sofisticação nas práticas ilícitas, praticadas contra essas instituições. Esse fenômeno impactou diretamente na produtividade dos bancos, gerando perdas e insatisfação do consumidor por não atender suas expectativas com relação à segurança necessária (FRIGO, 2013).

Diante do contexto apresentado, coloca-se o seguinte problema de pesquisa: tendo em vista a ausência de atendimento físico, estariam os clientes de bancos digitais mais suscetíveis à insatisfação quanto à prestação dos serviços, bem como à incidência de ações criminosas?

Ainda, apresenta-se, como objetivo geral deste estudo: identificar o nível de satisfação dos consumidores quanto aos serviços prestados pelos bancos digitais, bem como verificar a incidência de ações criminosas registradas.

Ademais, quanto aos objetivos específicos, elencam-se: a) verificar a complexidade dos contratos de prestação de serviços de ambos os tipos de organizações bancárias, bem como o nível de compreensão dos clientes acerca de suas cláusulas; b) verificar a segurança e as fraudes ocorridas em desfavor dos bancos digitais; c) verificar, quanto a cada uma das modalidades de bancos, os números de reclamações registradas no PROCON Goiânia, Reclame Aqui e Consumidor.gov; e d) Identificar as causas de reclamações mais comuns.

Na busca pela elucidação da questão que se coloca, bem como do alcance dos objetivos listados, o presente trabalho lançará mão de uma série de procedimentos metodológicos, envolvendo análises de dados primários e secundários, pesquisas bibliográfica e de campo, além de comparações, conforme explica-se mais adiante.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa tem como objeto de análise a relação do consumidor com os bancos digitais, a fim de verificar o nível de satisfação e a incidência de ações criminosas diante da inexistência de atendimento físico. A pesquisa de natureza exploratória e com fins descritivos, com o propósito de resolver o problema de pesquisa apresentado, foi aplicada em três etapas, sendo: análise bibliográfica; coleta de dados secundários; e coleta de dados primários.

Na análise bibliográfica, foram realizados levantamentos em livros/artigos que forneceram o embasamento teórico indispensável à elucidação dos temas abordados. As obras utilizadas foram desenvolvidas por autores respeitados e publicadas por editoras e periódicos acadêmicos importantes. Tal pesquisa, de caráter analítico-interpretativo e comparativo, visa investigar como se constitui a satisfação dos clientes diante da ausência de instalações físicas nos bancos digitais. Outrossim, buscaram-se elementos que pudessem esclarecer questões ligadas ao direito do consumidor e aos crimes virtuais.

Em um segundo momento, por meio de análise qualitativa e interpretativa, foi realizada coleta de dados secundários. As fontes consultadas foram o PROCON Municipal de Goiânia (Superintendência de Proteção aos Direitos do Consumidor), Reclame Aqui e Consumidor.gov. A

finalidade foi apurar, detalhadamente, o número de denúncias e/ou reclamações registradas pelas plataformas.

Na terceira etapa, visando à coleta de dados primários, foi desenvolvido e aplicado, por meio de formulário *on-line*, um questionário do tipo estruturado, com perguntas fechadas de múltipla escolha, algumas delas baseadas em escala do tipo *Likert*. A pesquisa ocorreu durante os meses de setembro e outubro de 2021, sendo que, para a seleção dos participantes, foi utilizada a técnica de amostragem, não probabilística, do tipo por conveniência, a fim de colher informações com vistas a identificar as principais causas de reclamações dos consumidores, os níveis de satisfação, o conhecimento dos contratos e a segurança das instituições. Por fim, encerrada a coleta de dados, foi elaborada uma análise de frequência, com a finalidade de obtenção de inferências qualitativas acerca das questões investigadas.

Diante disso, será apresentado um estudo com características qualitativas, de natureza exploratória e com finalidades descritivas. Para encaminhar-se nessa direção tomam-se, como base, os pressupostos desenvolvidos por Miranda (2017), Sigole e Hofmann (2020), Rosa (2009), Frigo (2013), Carvalho *et al.* (2015), dentre outros.

3 A COMPLEXIDADE DOS CONTRATOS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS

No que lhe concerne, a prestação de serviços realizada pelos bancos, desenvolve um papel importante na relação de consumo entre contratante e contratado, por estabelecer um negócio jurídico entre as partes.

A Constituição Federal de 1988, conhecida como constituição cidadã, elenca uma série de direitos e garantias fundamentais em seu art. 5º. O inciso XXXII do dispositivo estudado atribui ao Estado a criação de norma para garantir a defesa do consumidor. O consumidor, por sua vez, está conceituado, no art. 2º da Lei 8.078/1990, como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

O contrato de prestação de serviços é o instrumento contratual adequado para formalizar a adesão do consumidor à prestação de serviços oferecidos pelos bancos. A formalização dos contratos, tradicionalmente, se dá através do consentimento expresso do cliente. Desse modo, por meio da assinatura, concede-se aceitação ao serviço.

Por outro lado, tem-se, também, a aceitação manifestada através de assinaturas digitais, acordada mediante a celebração de contratos eletrônicos. Atualmente, a prestação de serviços realizada pelas instituições digitais se origina por meio de instrumento contratual

pactuado de forma totalmente digital. Este fenômeno é decorrente da inexistência de agências físicas (local onde costumeiramente é efetivado o trato formal). A praticidade dessas assinaturas desencadeou a facilidade de contratação de vários serviços, principalmente, aqueles oferecidos pelas *Fintechs* (VASCONCELLOS *et al.*, 2020).

Diante deste contexto, a facilidade de contratação, a ausência de atendimento físico e a incomplexidade dos serviços se tornaram características principais dos Bancos Digitais.

3.1 Dos contratos bancários

O instrumento jurídico para a intermediação da atividade monetária é o contrato bancário. Este é essencial para que haja uma união entre empresa e cliente. Rios (2016) explica que os contratos bancários devem ser celebrados apenas por organizações financeiras, de modo que, no documento, exista a participação de um banco em um dos polos da relação contratual.

A Lei 4.595/1964 é responsável por estabelecer a estrutura e regulamentação do Sistema Financeiro Nacional. Em seu art. 17 descreve as instituições financeiras, para os efeitos da legislação em vigor, como sendo:

[...] as pessoas jurídicas públicas ou privadas, que tenham como atividade principal ou acessória a coleta, intermediação ou aplicação de recursos financeiros próprios ou de terceiros, em moeda nacional ou estrangeira, e a custódia de valor de propriedade de terceiros.

Nota-se, assim, que a definição de contrato bancário se insere em um contexto de atividade econômica de intermediação de recursos monetários.

Segundo Coelho (2012, p. 171), “são os contratos que viabilizam a função intermediadora dos bancos”. Coelho (2012), ainda, explica que as operações desenvolvidas pelos bancos são divididas em duas categorias: típicas e atípicas. Quando típicas, as atividades de intermediação de recursos financeiros são de exclusividade dos bancos, tal como legalmente definidas, enquanto que as atípicas (ou acessórias), são pertinentes à prestação de serviços ligados ao cumprimento de obrigações pecuniárias. Desse modo, percebe-se que, quanto às operações típicas, apenas os bancos estão autorizados a explorá-las licitamente, enquanto as atípicas podem ser realizadas por qualquer sociedade empresária.

Os contratos bancários se destacam em várias espécies. Rios (2016) classifica, como mais relevantes, os contratos de Depósito Bancário, Mútuo Bancário, Desconto Bancário,

Fiança, Fomento Mercantil (*factoring*) e Câmbio. Por outro lado, Coelho (2012) identifica, como mais pertinentes, os contratos de Depósito Bancário, Mútuo Bancário, Aplicação Financeira, Desconto Bancário, Crédito Documentário e Vendor⁴.

André Santa Cruz (2018) realiza uma análise mais detalhada sobre os contratos. Segundo o autor, os contratos típicos se dividem em passivos e ativos: no primeiro, o banco assume a posição de devedor, como ocorre nos contratos de Depósito Bancário, Conta-Corrente Bancária e Aplicações Financeiras; já no segundo (contratos ativos), os bancos assumem a posição de credor, como ocorre nos contratos de Mútuo Bancário, Desconto Bancário, Abertura de Crédito e Crédito Documentário.

3.2 Da regulamentação

A regulamentação das organizações bancárias é fator importante para que seja oferecido um serviço de qualidade. Ainda, é utilizada como requisito no momento em que o consumidor escolhe um serviço. O Banco Central (BC), juntamente com Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e o Conselho Monetário Nacional (CMN), estabelece regras para promover a estabilidade e garantir a eficiência da intermediação de recursos financeiros.

A Lei 4.595/1964 disciplina o funcionamento das instituições financeiras., O art. 18 traz, em seu bojo, a obrigatoriedade de prévia autorização do Banco Central do Brasil para que a instituição atue no mercado financeiro, caso seja nacional, ou decreto do Poder Executivo, caso seja estrangeira.

Art. 18 - As instituições financeiras somente poderão funcionar no País mediante prévia autorização do Banco Central do Brasil ou decreto do Poder Executivo, quando forem estrangeiras.

Há indícios de que muitos consumidores têm evitado os Bancos Digitais, por julgá-los perigosos, dada a inexistência de regulamentação específica para o seu funcionamento.

Neste contexto, o Banco Central, em seu Estudo Especial nº 89/2020, acerca da regulamentação dos Bancos Digitais, revela:

o arcabouço regulatório não estabeleceu regulamentação específica sobre essa modalidade, não havendo também essa modalidade específica entre os tipos de instituição bancária que são autorizadas pelo BCB. Assim, na hipótese de constituição de um banco digital, a depender do modelo de negócio que deseja-se

⁴ O Contrato de Vendor é uma espécie de contrato bancário. Essa modalidade é realizada através de uma operação de financiamento de vendas a crédito.

implementar, deve-se obter autorização para funcionamento como uma instituição bancária, ou seja, como banco comercial ou de investimento ou, ainda, como banco múltiplo, autorizado a operar com pelo menos duas carteiras operacionais, devendo pelo menos uma delas ser carteira comercial ou de investimento.

Porém, entende-se que, apesar de não haver regulamentação legal específica para o seguimento dos Bancos Digitais, a autorização se dá por meio convencional, através da legislação utilizada pelos bancos comerciais e de investimentos, a depender do modelo de negócio que deseja implementar, havendo possibilidade de combinação com as diretrizes regulamentárias das *Fintechs* de crédito, estabelecidas através da resolução do BCB nº 4.656, de 26 de abril de 2018.

3.3 Da aplicabilidade do CDC aos contratos bancários

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, especifica, em seu art. 1º, as normas de proteção do consumidor e os seus fundamentos constitucionais, referindo-se aos textos da Constituição Federal: arts. 5º, inciso XXXII, art. 170, inciso V, e art. 48 de suas Disposições Transitórias. A mesma legislação, em seu art. 2º, conceitua o consumidor como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, e equipara à consumidor “a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

A relação de consumo que ocorre entre banco e consumidor possui caráter econômico, tendo, por objeto, a aquisição de produtos ou utilização de serviços. O Código de Defesa do Consumidor – CDC é o principal instrumento de proteção aos clientes, a fim de evitar cláusulas abusivas e onerosas, que apresentem um desequilíbrio entre as partes (FERREIRA, 2005).

Entretanto, há um grande debate doutrinário sobre a incidência das normas de proteção ao consumidor em contratos pactuados entre cliente e instituição bancária. Alguns doutrinadores, como Arnold Wald, possuem o entendimento de que não deve haver a aplicabilidade do CDC aos contratos bancários, sob o argumento de não ser possível que o crédito bancário seja utilizado como destinatário final, visto que, por sua própria natureza, os créditos destinam-se à circulação como meio de pagamento (GLITZ, 2000).

Já Fábio Ulhoa Coelho, possui o entendimento equilibrado. Segundo o autor, os contratos bancários podem ou não estar sujeitos ao CDC, a depender da condição do cliente.

Esse Código aplica-se às relações de consumo, vale dizer, às relações entre fornecedor (definido pelo art. 3º do CDC) e consumidor (definido no art. 2º). O banco é sempre fornecedor, porque explora atividade de prestação de serviços bancários, mas o outro contratante pode, ou não, enquadrar-se nos contornos do conceito legal de consumidor. Assim, se o banco contrata com o destinatário final da operação financeira, caracteriza-se a relação de consumo, e o contrato bancário submete-se ao Código de Defesa do Consumidor, mas, se contrata com outro empresário, para o qual a operação financeira é insumo, não se caracteriza a relação de consumo, e é inaplicável a legislação tutelar dos consumidores (ULHOA, 2012, p. 174).

Com entendimento contrário aos autores citados, Cruz (2018) registra que os contratos bancários se submetem à disciplina do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que este entendimento sempre foi aceito pelo Superior Tribunal de Justiça, sendo consolidado no Enunciado 297 de sua Súmula de jurisprudência dominante, sobre a qual dispõe: “o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”. O mesmo Tribunal, ainda, consolidou entendimento através da Súmula 381, vedando o juiz para que não declare as cláusulas abusivas dos contratos bancários, de ofício. Assim dispozo: “Nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas”.

3.4 Do conhecimento dos clientes acerca das cláusulas contratuais

Neste tópico, adiantando-se parte dos resultados desta pesquisa, nota-se que, apesar da importância quando da celebração do contrato, a maioria dos clientes não se preocupa em realizar a leitura das *cláusulas ex-ante* a contratação.

Em pesquisa de campo, realizada através de formulário *on-line* (*Google Forms*), enviado por aplicativo de mensagens, obteve-se as respostas de 56 candidatos de diferentes idades. No questionário foi perguntado o nível de conhecimento acerca das cláusulas contratuais, havendo possibilidade de resposta entre 0 e 10 (escala *Likert*), onde 0 representa nenhum conhecimento e 10, conhecimento absoluto das cláusulas.

Desse modo, averiguou-se que, em relação aos bancos físicos, se tratando de instituições que, para a maioria dos participantes, apresentam transparência mediana quanto às cláusulas contratuais, apenas 3,9% dos respondentes alegaram possuir conhecimento absoluto das cláusulas, enquanto outros 9,8% admitiram nenhum conhecimento. Quanto aos bancos digitais, constatou-se que 4,5% dos participantes tinham conhecimento absoluto das cláusulas contratuais e 10% não possuíam nenhum conhecimento.

4 A SEGURANÇA DAS INSTITUIÇÕES E AS FRAUDES BANCÁRIAS

O setor bancário está sob ataque há centenas de anos. Primeiro, houve o roubo físico de valores. Depois, vieram as fraudes de computador. Hoje, não se trata apenas de fraude cibernética, mas, também, da existência de *hackers* atuando ilegalmente em servidores para obter informações de identificação pessoal de clientes. Portanto, elenca-se mais uma razão pela qual a segurança cibernética no sistema bancário é tão relevante. À medida que indivíduos e empresas realizam a maioria das transações *on-line*, o risco de violação de dados aumenta diariamente. É por isso que há uma ênfase maior em examinar a importância da segurança cibernética nos processos do setor bancário (VIANNA, 2019).

De modo geral, as instituições bancárias prezam pela qualidade, confiabilidade e segurança dos serviços. Esses requisitos se tornam essenciais na hora da escolha da instituição, visto que, a realização de golpes financeiros, como golpe do Pix e Clonagem de Cartão, são tidos como realidade de muitos consumidores.

Sigole e Hofmann (2020) relatam que algumas pessoas têm demonstrado medo quanto à segurança dos bancos digitais. Alguns consumidores, ainda, possuem receio quanto a confiabilidade destas organizações, por se tratarem de Bancos com instalações físicas inexistentes. Adicionalmente, não há legislação específica para sua regulamentação, como aponta a FEBRABAN (2020). Assim, o medo de serem vítimas de golpes, ou de perderem dinheiro, pode apresentar-se como fator limitante à contratação do serviço por vários indivíduos.

Em sintonia com esta tendência, a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, por meio do seu portal de notícias, emitiu, no início de 2021, uma nota destacando as fraudes e golpes financeiros mais comuns no ambiente digital, na expectativa de orientar os consumidores e contribuir com o uso seguro da internet e dos canais digitais. A nota destaca os tipos de golpes principais e alerta o consumidor para uso seguro das ferramentas. O golpe de clonagem de *WhatsApp*, do falso funcionário de banco e das falsas centrais telefônicas foram categorizados como tipos ocorridos com mais frequência.

Por meio da resolução BCB nº 1 de 12 de agosto de 2020, o Banco Central aprovou o regulamento que instituiu arranjos para pagamentos e transferências via Pix. Em novembro de 2020, essa modalidade de transação instantânea passou a ser realizada por várias instituições bancárias, visando preencher uma série de lacunas existentes nas modalidades de pagamentos disponíveis, além de incentivar a eletrônica, baixar os custos, alavancar a competitividade e, principalmente, aumentar a segurança das transações.

Entretanto, após a implementação, houve um aumento considerável de golpes bancários, onde fraudadores utilizavam o Pix como meio facilitador do crime. Desse modo, com o propósito de evitar esses crimes e por fim à conduta, o Banco Central publicou a Resolução BCB 147, na qual viabilizou maior robustez e segurança ao Pix, estabelecendo regras como: limite máximo para transação; efeito imediato do pedido para redução do limite; e prazo mínimo de 24 horas para efetivação do pedido de aumento de limite feito pelo cliente.

Carvalho *et al.* (2015) explicam que as instituições financeiras realizaram e têm realizado grandes investimentos no setor de segurança corporativa, principalmente, no de tecnologia da informação. Este setor apresenta necessidade de atualização periódica dos sistemas de segurança, por conta da evolução constante das fraudes eletrônicas, e da capacidade intelectual dos fraudadores.

Friço (2013) esclarece que, além do crescente aumento na segurança tecnológica nos últimos anos, as corporações ainda passaram a combater o problema de outra forma, aparentemente mais eficaz, através da orientação ao cliente sobre os cuidados básicos que devem ser seguidos para evitar fraudes.

5 DAS RECLAMAÇÕES DOS CONSUMIDORES

As reclamações estão diretamente relacionadas à responsabilidade social e corporativa dos bancos. No que diz respeito ao contentamento dos consumidores, quanto à prestação de serviços, verifica-se que a satisfação se consolida no momento em que se percebe qualidade e confiabilidade.

Entende-se que a qualidade só se mostra eficaz a partir do instante em que os serviços demonstram agilidade, segurança e eficiência nas soluções de problemas apresentados pelos consumidores (Rosa, 2009).

Nas palavras de Miranda (2017, p. 09):

A satisfação do consumidor é o principal objetivo a ser alcançado pelas empresas com os seus serviços e/ou produtos ofertados no mercado, para que os clientes retornem para consumir mais, e propaguem marcas para os seus ciclos de amizade, contribuindo para a imagem das empresas e de seus produtos.

Neste sentido, Afsar *et al.* (2010) comentam que a satisfação com os serviços é decisiva para manter as relações de consumo com os clientes, de modo a determinar a sua permanência na utilização destes. Em complemento, a fim de averiguar os serviços prestados

e sua qualidade, Sigoli e Hofman (2020) constataram avaliação positiva quanto a qualidade dos serviços, patamar das taxas de juros e o atendimento prestado pelas empresas do segmento digital.

Para elucidação do objetivo em verificar a quantidade de reclamações registradas pelos consumidores, a pesquisa priorizou informações de três bancos, os quais possuem maiores números de reclamações, tendo como referência os bancos de dados do ReclameAqui, PROCON Municipal de Goiânia e Consumidor.gov, com vistas a analisar o índice de satisfação dos consumidores.

5.1 Do ReclameAqui

O ReclameAqui é um site de reclamações de acesso público, foi criado com o objetivo de solucionar conflitos entre consumidores e empresas, contribuindo com a simplicidade, facilidade e transparência no relacionamento entre as partes.

Em uma análise realizada em seu banco de dados, foram verificadas informações que demonstram a quantidade de reclamações registradas por clientes de todos os bancos (digitais e físicos), os dados foram coletados em um período de 6 meses, iniciando-se no dia 12 de maio de 2021 até o dia 12 de novembro do mesmo ano. Nesse período, foram totalizados cerca de 14.855 (quatorze mil oitocentos e cinquenta e cinco) reclamações. Destas, 8.254 (oito mil duzentos e cinquenta e quatro) se referem a problemas na abertura e no encerramento de contas e outras 6.601 (seis mil setecentos e um) aludem a cobranças indevidas de tarifas.

Foi observado que, dentre os bancos tradicionais, o Bradesco lidera o Ranking, se tornando a instituição mais reclamada com 3.965 (três mil novecentos e sessenta e cinco) reclamações, seguido do Santander com 2.303 (duas mil trezentos e três) e o Itaú, em terceiro, com 1.908 (mil novecentos e oito).

Já em relação aos bancos digitais, o C6 Bank possui 2.309 (duas mil trezentos e nove) reclamações, liderando a tabela, enquanto que o segundo colocado, Banco Inter, possui 1.038 (mil trinta e oito).

5.2 Do PROCON Municipal de Goiânia

O Departamento Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) é um órgão do poder executivo, e foi criado através do Decreto nº 609/91, tendo como atribuição a

realização da defesa do consumidor, de modo a harmonizar a relação entre consumidores e fornecedores.

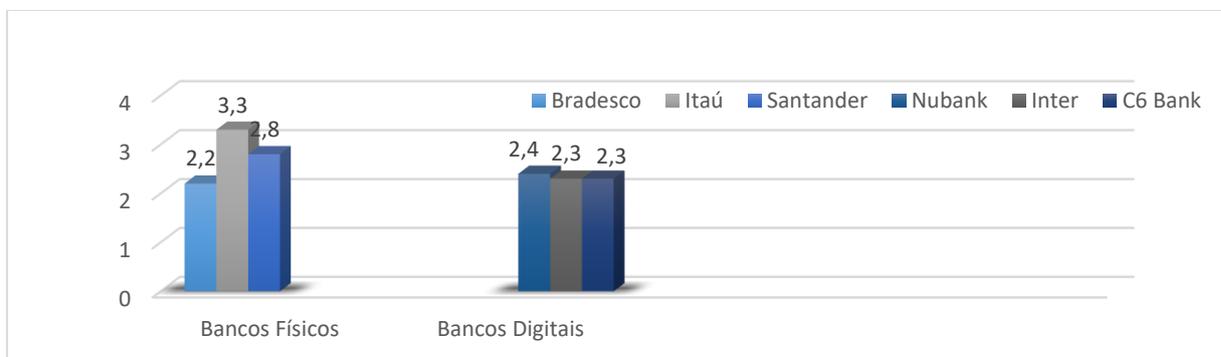
O PROCON Municipal de Goiânia, em lista divulgada em julho de 2021, revelou as 10 principais empresas com maior número de reclamações registradas. Foram 677 reclamações no mês de julho. Dentre elas, 4,7% foram registradas contra o Bradesco, 4,3% contra a Caixa Econômica Federal e 1,2% contra o Itaú. A pesquisa não divulgou dados referentes a reclamações realizadas por consumidores dos bancos digitais.

5.3 Do Consumidor.gov

O Consumidor.gov é um *site* do Governo Federal responsável pelo registro de informações referentes a reivindicações dos consumidores, propondo interlocução direta para solucionar conflitos de consumo pela internet. Ele permite uma interlocução entre consumidor e empresa, propondo maior transparência e aprimoramento das relações de consumo.

Em uma análise realizada com dados extraídos do site e informações de seis instituições bancárias, sendo elas, o Itaú, Santander e Bradesco, representando os bancos físicos, e Nubank, Inter e C6 Bank, representando os bancos digitais (levando em consideração a escala de 1 a 5 para representar a satisfação), foi verificado que, dentre os consumidores, relativamente aos bancos físicos, os que possuem maior nível de satisfação com o atendimento são os clientes do banco Itaú, que obteve média igual a 3,3, seguido do Santander com 2,8. Em terceiro, tem-se um banco digital, o Nubank, com média 2.4 (Gráfico 1).

Gráfico 1. Satisfação com o atendimento.



Fonte: www.consumidor.gov.br.

6 DAS CAUSAS DE RECLAMAÇÕES MAIS COMUNS

As mudanças no comportamento dos consumidores têm gerado especulações quanto ao uso de tecnologias bancárias. Para Müller (2001), a mudança ocorre por conta da escassez de tempo dos clientes, ocasionada pelo excesso de trabalho, estudo e, principalmente, pela má administração de seu tempo. Apesar de já haver uma mudança nos padrões de comportamento dos consumidores em anos anteriores, em 2020, a Covid-19 foi fator decisivo para sua aceleração, através do incentivo ao uso dessas tecnologias no combate ao vírus, por meio do isolamento social.

A Pandemia de Covid-19 impulsionou a abertura de contas digitais, no ano de 2020. Isto ocorreu devido a compatibilidade do programa de benefícios do Governo Federal com os bancos em geral e as facilidades dos consumidores em realizar compras, pagamentos e transações *on-line*, sem que houvesse a necessidade de o cliente ir até a agência para se expor aos riscos do vírus.

Gonzales *et al.* (2020, p.1156), explicam que

as políticas de renda básica durante a pandemia enfrentam o desafio de efetuar transferências de dinheiro de maneira ágil e eficaz para quem mais precisa. Neste caso, as moedas complementares digitais apresentam um enorme potencial em facilitar a logística de pagamentos.

Segundo lista publicada pelo Banco Central do Brasil (BCB), a qual destaca o Ranking dos motivos de reclamações mais frequentes, por assunto, no 1º semestre de 2021, foram realizadas 23.145 reclamações. Dentre os três motivos que concentram maior número de reclamações citam-se: em primeiro lugar, a oferta ou prestação de informações sobre crédito consignado de forma inadequada, com 4.223 reclamações; em segundo, as irregularidades relativas a integridade, confiabilidade, segurança, sigilo ou legitimidade das operações e serviços relacionados a operações de créditos, com 2.338 reclamações; e, por fim, em terceiro lugar, as irregularidades relativas à integridade, confiabilidade, segurança, sigilo ou legitimidade das operações e serviços relacionados a cartões de créditos, com 2.260 reclamações.

Já no site de reclamações ReclameAqui, os motivos mais frequentes para reclamações foram: cobrança indevida de tarifas; encerramento de conta; abertura de conta; mau atendimento, débito não autorizado em conta, oferta indevida de empréstimo; qualidade do serviço prestado; dificuldade no acesso a conta; e demora na execução dos serviços.

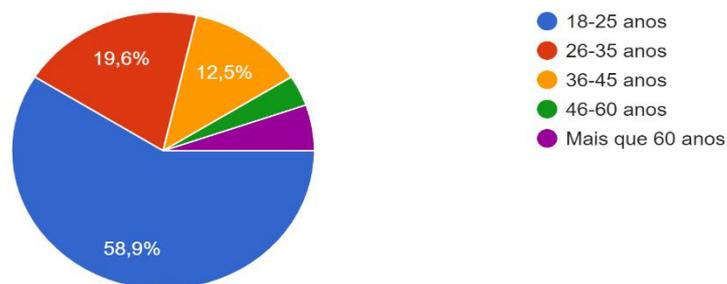
7. DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A fim de compreender melhor a atuação dos bancos e esclarecer questões ligadas à satisfação dos consumidores, tais como: segurança, facilidade de acesso e qualidade na prestação de serviços, foi desenvolvido um questionário, o qual foi inserido na plataforma *Google Forms*. Este foi, então, encaminhado a possíveis respondentes, por meio de aplicativo de mensagens, *e-mail* e redes sociais.

Inicialmente, foram selecionadas 100 pessoas, com idade acima de 18 anos, as quais possuíam contas em bancos digitais e/ou tradicionais. Dentre os 100 indivíduos, 56 responderam ao questionário.

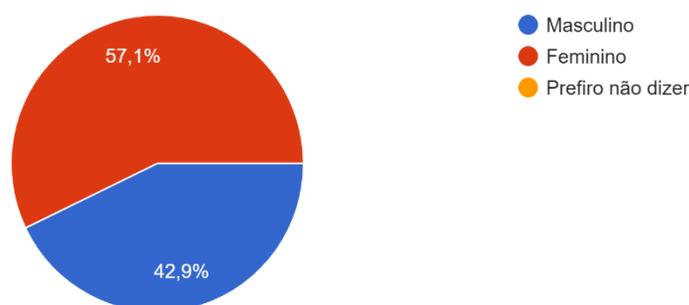
Quanto às faixas etárias, 58,9% dos respondentes tinham entre 18 e 25 anos, sendo que 57,1% destes eram do sexo feminino. Ainda, 50% dos candidatos possuem ensino superior em andamento. Observem-se os Gráficos 2, 3 e 4.

Gráfico 2. Faixa etária dos respondentes.



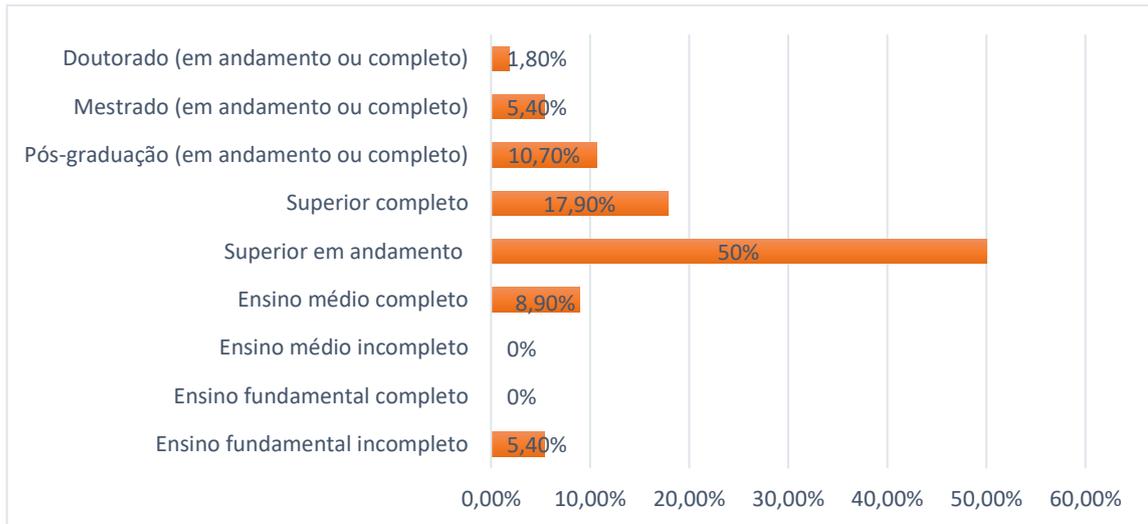
Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 3. Gênero dos respondentes.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

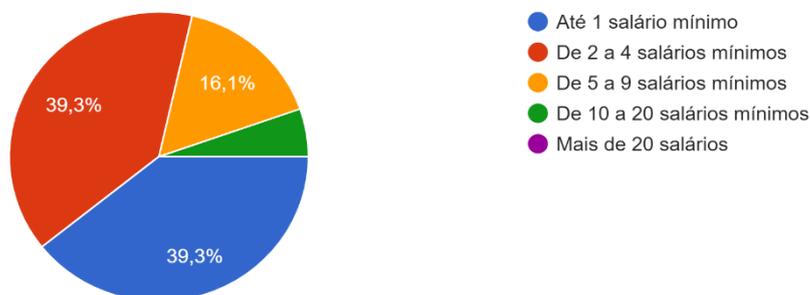
Gráfico 4. Escolaridade dos respondentes.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Conforme mostra o Gráfico 5, a faixa de renda da maioria dos respondentes ficou dividida entre, até um salário mínimo, e, de dois a quatro salários mínimos. Ambas obtiveram 39,3% de respostas.

Gráfico 5. Faixa de renda dos respondentes.



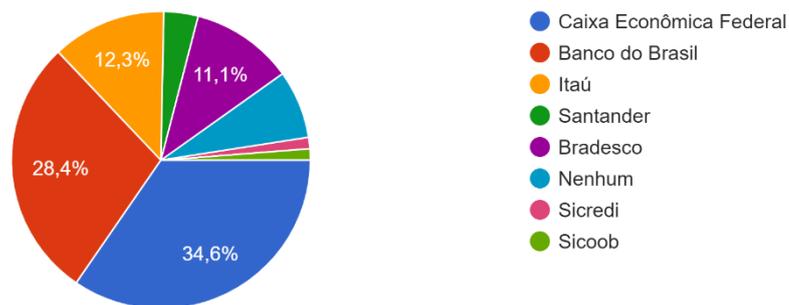
Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Desse modo, nota-se que o perfil dominante dos participantes constitui-se por jovens com 18 a 25 anos de idade, os quais possuem ensino superior em andamento e que dispõem de renda mensal bruta entre um e quatro salários mínimos.

Também, questionou-se em quais dos bancos tradicionais e digitais os respondentes possuem conta. Dentre os bancos tradicionais, a Caixa Econômica Federal foi a mais citada, totalizando 34,6% das contas, seguida do Banco do Brasil, com 28,5%, Itaú, com 12,3%, Bradesco, com 11,1%, Santander, com 3,7%, Sicoob, com 1,2% e Sicred, com 1,2%. Ainda, 7,4% responderam que não possuem conta em nenhum banco tradicional (Gráfico 6).

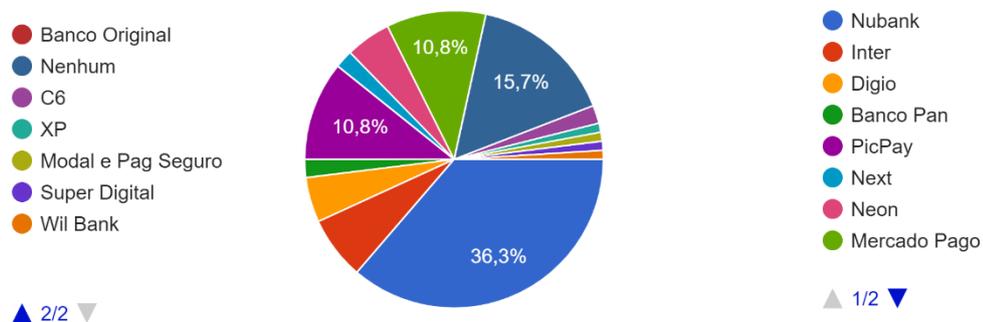
Já em relação aos bancos digitais, 36,6% dos participantes afirmaram possuir conta no Nubank, seguido do Mercado Pago e PicPay, com 10,8%, cada um, Banco Inter, com 6,9%, Neon e Digio, com 4,9%, cada, Next e Banco Pan, com 2% ,cada e C6 Bank, XP, Modal, PagSeguro, Super Digital e Wil Bank, totalizando 1%, cada. Dentre os respondentes, 15,7% não possuem conta em bancos digitais (Gráfico 7).

Gráfico 6. Bancos tradicionais nos quais os respondentes possuem conta.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Gráfico 7. Bancos digitais nos quais os respondentes possuem conta.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

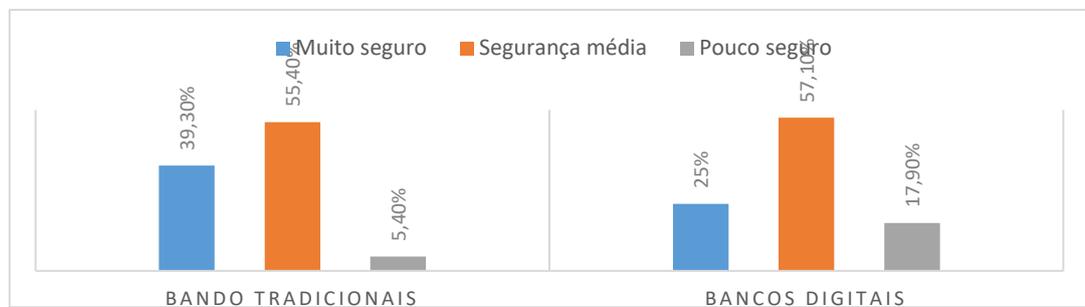
Dos dados apresentados extrai-se uma maior variedade de bancos digitais em comparação aos tradicionais. Presume-se que essa diversidade ocorra devido à alta competitividade das instituições digitais e, principalmente, em decorrência da facilidade de acesso e abertura de contas, impulsionada pela desburocratização dos serviços.

Mais adiante, no questionário, foram abordados tópicos ligados à segurança das instituições. Em um primeiro momento, foi perguntado em qual dos tipos de instituições os candidatos se sentem mais seguros para realizarem transações. Os bancos tradicionais tiveram

maior aceitação, sendo que 67,3% afirmaram possuir maior segurança, quanto à abertura de conta, nos bancos tradicionais, com os outros 32,7% preferindo os bancos digitais.

Igualmente, foi perguntado, de forma específica, a opinião dos participantes quanto à segurança de cada tipo de instituição, possibilitando a escolha de três opções: pouco seguro, segurança média; e muito seguro. Constatou-se que 54,4% consideram a segurança dos bancos tradicionais como média, 39,3% consideram muito seguros e outros 5,4% entendem que os bancos tradicionais são pouco seguros. Já em relação aos bancos digitais, 57,1% dos respondentes julgaram sua segurança média, 25% acreditam que estes são muito seguros, enquanto os 17,9% restantes julgam os bancos digitais como pouco seguros (Gráfico 8).

Gráfico 8. Nível de segurança dos bancos digitais e tradicionais na visão dos respondentes.

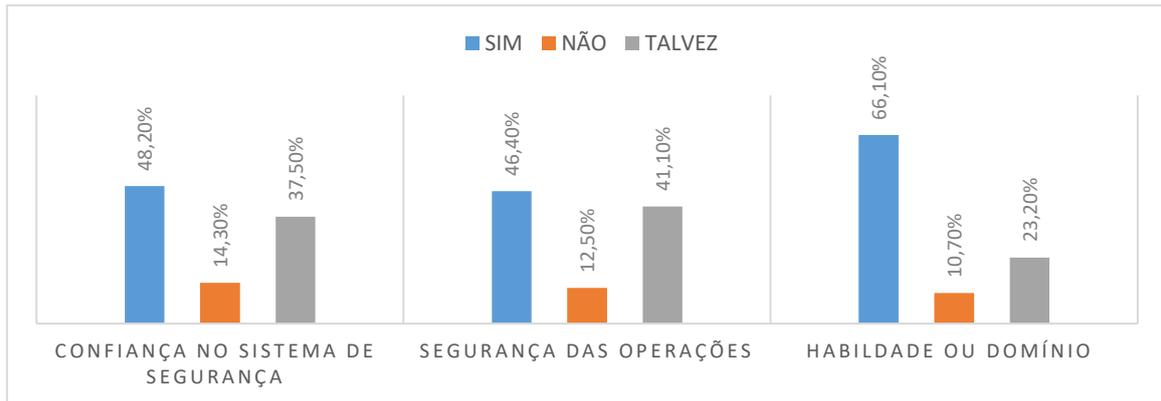


Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Acerca da segurança, foi questionado em relação à confiabilidade do sistema de segurança do *Internet Banking*, a segurança das operações realizadas e a detenção de habilidade ou domínio suficiente para acessar os sistemas. Segundo os resultados, 48,2% dos respondentes confiam no sistema de segurança, outros 37,5% talvez confiem, enquanto os 14,3% restantes não confiam.

Ainda, 46,4% acreditam que as operações realizadas no *Internet Banking* são realmente seguras, 41,1% afirmaram que talvez sejam seguras e outros 12,5% creem que as operações não são seguras. Finalmente, 66,1% afirmaram ter habilidade ou domínio para acessar as plataformas, 23,2% talvez tenham, sendo que os 10,7% restantes responderam que não possuem (Gráfico 9).

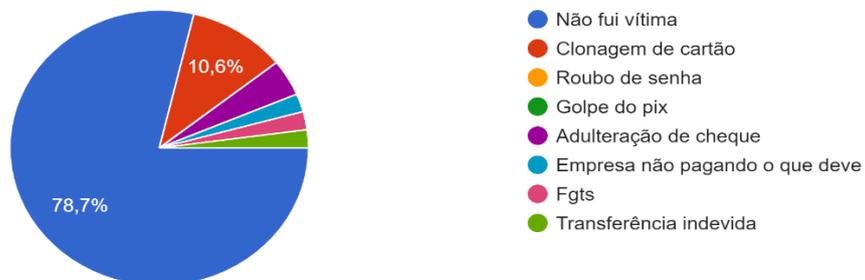
Gráfico 9. Internet Banking.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Também foi perguntado se os participantes já foram vítimas de algum tipo de golpe financeiro. Dentre os respondentes, 78,7% afirmaram que não, enquanto os 21,3% restantes disseram que sim. Em complemento, foi pedido para que os participantes dissessem que tipo de golpe sofreram. Dos resultados, foi extraído que, dos 21,3% que já sofreram golpe, 10,6% foram vítimas de clonagem de cartão de crédito, 4,3% de adulteração de cheque, 2,1% de transferência indevida e 4,2% foram vítimas de Golpe do FGTS e não pagamentos de encargos trabalhistas pelo empregador (Gráfico 10).

Gráfico 10. Incidência de golpes bancários.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Acerca do local de atendimento, foi perguntado se os participantes preferem ser atendidos na agência, em ambiente virtual, ou por telefone. A maioria dos participantes, 48,2%, disseram preferir que o atendimento ocorra em ambiente virtual, seguido do atendimento na agência, que obteve um percentual de 42,9%, e o atendimento por telefone, que foi preferência de 8,9% dos respondentes.

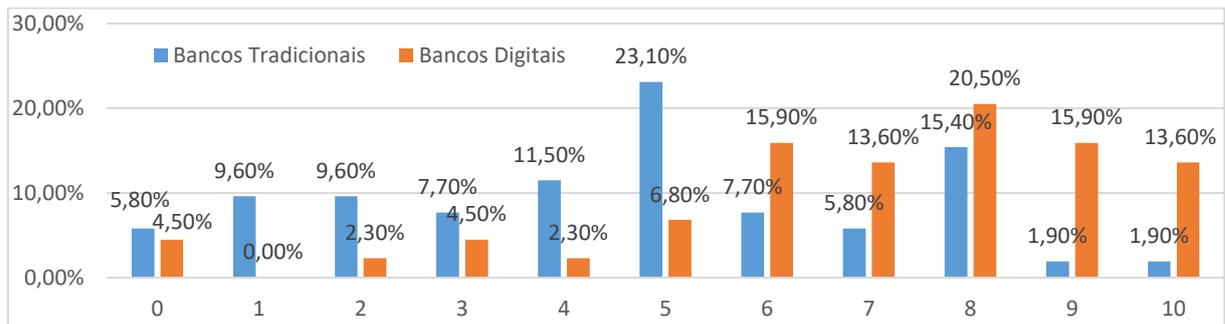
Em seguida, questionou-se se os participantes conhecem ou já ouviram falar no termo “*fintechs*”. Como resultado, 66,1% afirmaram que sim e 33,9% que não. Ou seja, esses dados

mostram que a maioria dos respondentes possuem conhecimento acerca desse novo modelo de empresa, que atua no meio financeiro de forma totalmente digital.

Por conseguinte, a fim de compreender melhor o comportamento do consumidor, foram elaboradas perguntas com o objetivo de verificar o grau de satisfação dos usuários de cada um dos tipos bancários, considerando uma escala do tipo *Likert*, de 0 a 10, sendo 0, totalmente insatisfeito, e 10, totalmente satisfeito.

A primeira pergunta diz respeito à satisfação quanto ao tempo de resposta de suas reclamações, no Gráfico 11, é possível notar que a maioria dos participantes se posicionaram na nota 5, para os bancos tradicionais, manifestando satisfação em nível regular. Enquanto isso, em relação aos bancos digitais, a maioria dos respondentes se colocaram na nota 8, demonstrando contentamento em relação ao tempo de resposta às reclamações.

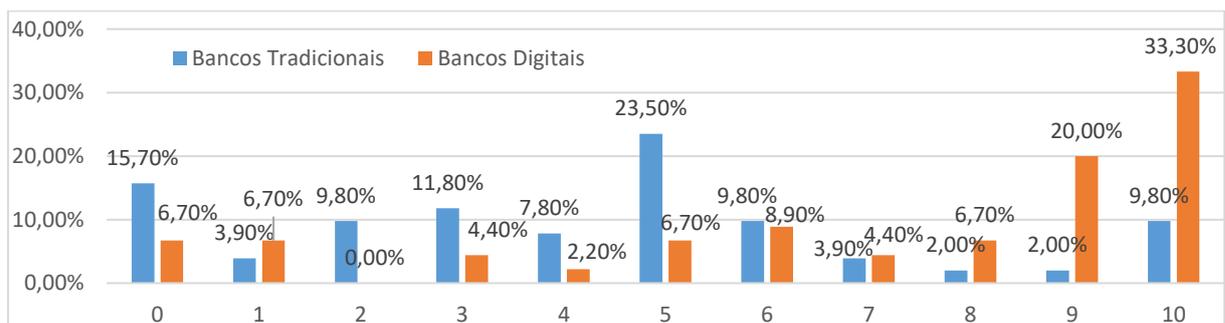
Gráfico 11. Satisfação quanto ao tempo de resposta às reclamações.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Em relação à satisfação quanto ao custo dos serviços, foi verificado que 53,3% dos participantes se consideraram altamente satisfeitos com os bancos digitais, posicionando-se nas notas 9 e 10. Com relação aos bancos tradicionais, a maioria dos participantes manifestou nível de satisfação regular, ao se colocarem na nota 5 (Gráfico 12).

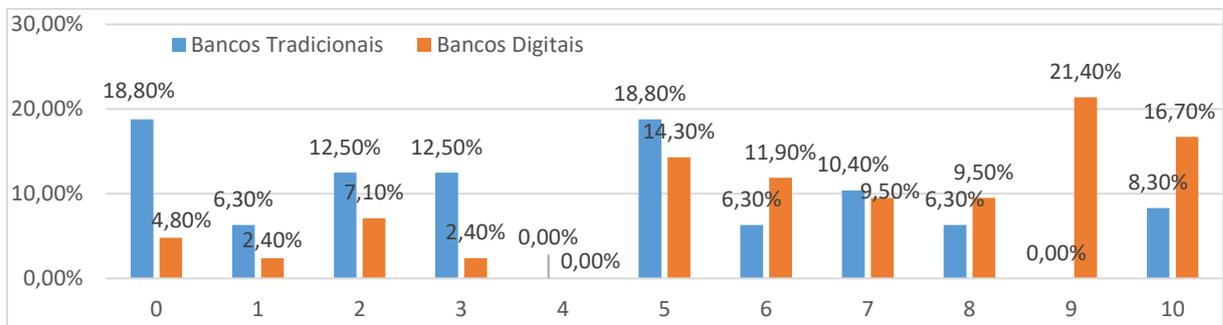
Gráfico 12. Satisfação quanto ao custo dos serviços



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Em relação à burocracia na concessão de crédito, a satisfação dos participantes demonstrou-se dividida. No Gráfico 13 é possível notar que a maioria dos respondentes manifestou satisfação positiva quanto aos bancos digitais, posicionando-se nas notas de 5 a 10. Já em relação aos bancos tradicionais, houve uma maior insatisfação, sendo que a maioria dos participantes se colocou nas notas entre 0 e 5. Cabe destacar o fato de que 18% dos respondentes estão totalmente insatisfeitos com a burocracia dos bancos tradicionais, enquanto que, relativamente aos bancos digitais, esse número é de apenas 4,8%.

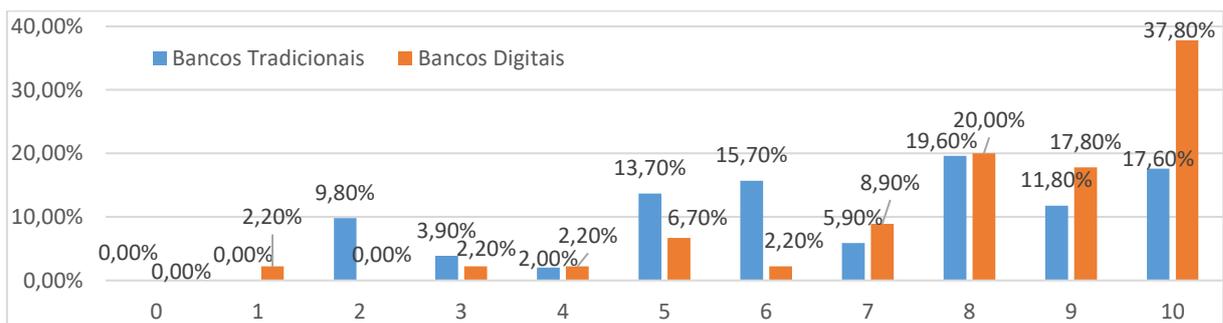
Gráfico 13. Satisfação quanto a burocracia na concessão do crédito.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

O Gráfico 14 refere-se à satisfação quanto à facilidade de manuseio dos sistemas de aplicativos dos tipos bancários. Dos resultados, infere-se que os aplicativos dos bancos digitais proporcionam maior índice de satisfação, já que 37,8% dos participantes estão totalmente satisfeitos nesse quesito, ao passo que apenas 17,6% se posicionaram na nota 10, em se tratando de bancos tradicionais. Através desses dados, percebe-se, que os participantes possuem maior facilidade e satisfação em manusearem o sistema de aplicativos dos bancos digitais.

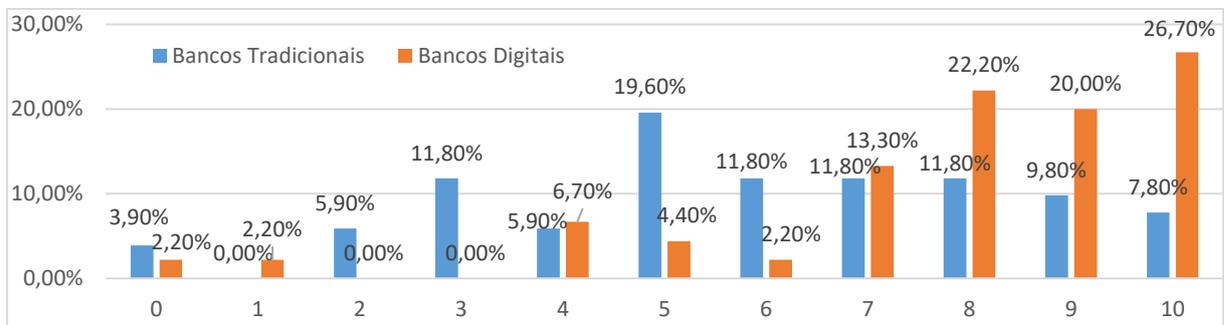
Gráfico 14. Satisfação quanto a facilidade de manuseio dos sistemas de aplicativos.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Por fim, foi verificada a satisfação dos participantes quando aos serviços prestados. De acordo com o Gráfico 15, ficou demonstrado elevado nível de satisfação quanto à prestação de serviços dos bancos digitais, com a maioria dos respondentes (68,9%) se posicionando na escala 8, 9 ou 10. No que tange aos bancos tradicionais, apenas 29,4% dos participantes se posicionaram na mesma faixa de notas. Deste modo, percebe-se que os resultados da pesquisa apontam para uma superioridade marcante dos bancos digitais, quando da verificação da satisfação quanto aos serviços prestados.

Gráfico 15. Satisfação quanto aos serviços prestados.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Diante das exposições, até aqui realizadas, é importante mencionar que os resultados desse estudo alinham-se com aqueles obtidos por outros pesquisadores que abordaram temáticas semelhantes, tais como: Miranda (2017); Rosa, (2009); e Sigole e Hofmann (2020).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou identificar o nível de satisfação do consumidor quanto aos serviços prestados pelas instituições bancárias, de modo a solucionar o problema de pesquisa apresentado, o qual se caracteriza pelo esforço em se constatar o nível de satisfação dos consumidores diante da ausência de atendimento físico nos bancos digitais. A análise do objeto desse estudo demonstrou parte dos reflexos da atividade bancária na vida cotidiana da sociedade e apresentou indícios acerca da importância do tema no contexto atual.

Analisando os dados coletados no decorrer da pesquisa, foi observado maior índice de satisfação dos clientes em relação às instituições digitais. Os resultados mostraram um bom desempenho desse tipo bancário, mesmo não havendo instalações físicas. O aspecto relevante verificado nos resultados, quanto ao grau de satisfação dos participantes, reputou uma maior

satisfação dos consumidores dos bancos digitais em relação ao tempo de respostas às reclamações, custo de serviços, burocracia na concessão de crédito, facilidade de manuseio de aplicativos e prestação de serviços.

Dessa forma, as atividades realizadas pelas organizações bancárias digitais demonstraram-se importantes para a economia, por viabilizarem a manutenção das atividades comerciais, através da concessão de créditos e da prestação de serviços, proporcionando maior facilidade nas intermediações de transações e pagamentos.

Entretanto, a despeito do bom desempenho dos bancos digitais, ressalta-se que os respondentes ainda utilizam frequentemente os serviços dos bancos tradicionais. Estes, apesar de, segundo os dados da pesquisa, terem apresentado qualidade inferior aos serviços dos bancos digitais, ainda apresentaram avaliação, em geral, muito boa. Presume-se que, dada à competitividade frente aos bancos digitais, os bancos tradicionais estão se adaptando e melhorando seus sistemas e qualidade dos serviços e produtos.

Outrossim, também foi notado que a maioria dos clientes dos bancos digitais se encontram em faixas etárias mais jovens, o que associa-se, por inferência, a um público que possui maior facilidade em manusear as ferramentas digitais. Há indícios para se acreditar que este fenômeno estaria relacionado aos costumes, confiança e facilidades dos jovens em entender melhor as tecnologias da informação e comunicação.

Em relação à confiabilidade, por meio de análise bibliográfica e coleta de dados secundários, encontraram-se indícios de que parte dos consumidores ainda possui maior confiança nos bancos físicos, devido à facilidade em ir até uma agência quando precisam sanar eventuais dificuldades. Apesar de satisfeitos com a prestação de serviços, os dados coletados demonstram indícios de que os consumidores dos bancos digitais ainda não estão totalmente confiantes.

Diante das exposições até aqui realizadas, não se pode deixar de destacar que esta pesquisa apresenta algumas limitações, sendo que, a principal delas está relacionada à impossibilidade de responder parte do problema de pesquisa por ela levantado. Assim, os dados coletados em campo, tampouco as informações secundárias, não forneceram indícios suficientes para a elucidação, nem mesmo parcial, acerca da proporção de golpes e/ou fraudes incidentes sobre as duas modalidades bancárias.

Ademais, limitações de tempo e orçamento impossibilitaram a adoção de procedimentos de amostragem do tipo probabilísticos, o que inviabilizou a realização de análises estatísticas mais aprofundadas, diminuindo, assim, apesar de sua relevância, a confiabilidade das inferências apresentadas ao longo do texto.

Finalmente, espera-se que este trabalho sirva como ponto de partida para estudos futuros. Neste sentido, a título de agenda de pesquisa, sugere-se a ampliação do questionário aqui empregado, com o intuito de identificar, se é que ela existe, em qual modalidade está a maior concentração de golpes e fraudes. Ainda, recomenda-se a adoção de critérios de amostragem probabilísticos, bem como a adoção de procedimentos de análise estatística mais aprofundados, buscando, dessa forma, a confirmação e ampliação das inferências elaboradas.

9 REFERÊNCIAS

AFSAR, B.; REHMAN, Z. U.; QURESHI, J. A.; SHAHJEHAN, A. Determinants of customer loyalty in the banking sector: The case of Pakistan. **African Journal of Business Management**, v. 4, n. 6, p. 1040-1047, 2010.

BRASIL. Lei 4.595 de 31 de dezembro de 1964. Dispõe sobre a Política e as Instituições Monetárias, Bancárias e Creditícias, Cria o Conselho Monetário Nacional e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 31 de dezembro de 1964. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14595.htm. Acesso em: 11 out. 2021.

BRASIL. Lei 8.078 de 12 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**, Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 04 maio 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 04 maio 2021.

Brasil. **Consumidor.gov.br**. 2021. Disponível em: <https://consumidor.gov.br/pages/conteudo/sobre-servico>. Acesso em: 13 out. 2021.

BCB, Banco Central do Brasil. Ranking de Reclamações. **Banco Central**, 2021. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/rankingreclamacoes>. Acesso em: 26 out. 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Fintechs de crédito e bancos digitais**: Estudo Especial nº 89, 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE089_Fintechs_de_credito_e_bancos_digitais.pdf. Acesso em: 29 abr. 2021.

CARVALHO, A. C. A. P. DE; CYMROT, R.; POZZE, E.; THEOPHILO JUNIOR, R. Crimes e Fraudes Eletrônicos: Perspectivas de Ações Empresariais Adotadas por Instituições Financeiras. **Cadernos de Estudos Sociais**, v. 30, n. 1, p. 95-127, 2015. Disponível em: <https://periodicos.fundaj.gov.br/CAD/article/view/1495>. Acesso em: 22 abr. 2021.

CRUZ, André Santa. **Direito Empresarial: Volume Único**. 10. Ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2020.

FERREIRA, Débora. A Aplicação do Código de Defesa do Consumidor ao Contrato Bancário. **Revista Acervo Digital UFPR**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 01-38, 2005. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/42093/M541.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 28 maio 2021.

FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos. **Conheça as tentativas de fraudes e golpes financeiros mais comuns com o Pix e saiba como evitá-los**. Disponível em: <https://portal.febraban.org.br/noticia/3602/pt-br/>. Acesso em: 22 abr. 2021.

FRIGO, Anne Dinaura. Instituições Bancárias: As Fraudes Via Internet Banking, com Cartões e suas Medidas Preventivas. **Revista Acervo Digital UFPR**, Curitiba, v. 1, n. 1, p 01-42, 2013. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/48688/R%20-%20E%20-%20ANNE%20DINAURA%20FRIGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 abr. 2021.

GLITZ, Frederico Eduardo Zenedin. O Código de Defesa do Consumidor e os contratos bancários. **Jus Navegandi**, Teresina, 01 nov. 2000. Disponível em: <https://fredericoglitz.adv.br/2021/11/08/promocoes-e-consumidor-riscos-e-responsabilidades-plural/>. Acesso em: 29 set. 2021.

GONZALEZ, L.; CERNEV, A. K.; ARAUJO, M. H.; DINIZ, E. H. Moedas Complementares digitais e políticas públicas durante a crise da COVID-19. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, V. 54, n. 4, p.1146-1160, jul./ago. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200234>. Acesso em: 28 abr. 2021.

MÜLLER, Flávio. **Identificação das causas da não utilização do Sistema de Internet Banking da Caixa Econômica Federal em Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade do Rio Grande do Sul. Orientador: Walter Meucci Nique. Rio 13 Grande do Sul: UFRGS, 2001. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/2129>. Acesso em: 28 abr. 2021.

MIRANDA, Gabriel. **As diferenças entre os níveis de satisfação dos consumidores de bancos tradicionais e de bancos digitais**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) - Centro Universitário de Brasília. Brasília: UniCEUB, 2017. Disponível em:

<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11397/1/21367158.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2021.

PROCON, Programa de Proteção e Defesa do Consumidor: Lista de empresas mais reclamadas pelos consumidores. **Prefeitura de Goiânia**, 2021. Disponível em: <https://www.goiania.go.gov.br/procon-goiania-divulga-lista-de-empresas-mais-reclamadas-pelos-consumidores/>. Acesso em: 12 out. 2021.

RECLAME AQUI. **Ranking de reclamações dos bancos**. Outubro de 2021. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/categoria/bancos/>. Acesso em: 12 nov. 2021.

RIOS, Eduardo Higino. Contratos Bancários. **Jusbrasil**, 2015. Disponível em: <https://eduhrios.jusbrasil.com.br/artigos/324869950/contratos-bancarios>. Acesso em: 23 out. 2021.

ROSA, Nádia. **A satisfação do cliente pessoa física segmento estilo na utilização da internet banking como solução de autoatendimento**. Dissertação (Pós-graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Orientador: Ivan Antônio Pinheiro. Porto Alegre: UFRGS, 2009. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/26236>. Acesso em: 24 mar. 2021.

SIGOLE, L.; HOFMANN, R. **Bancos Digitais e o Comportamento do Consumidor: Uma Revisão de Literatura**. Paraná: ComBRepro, 2020. Disponível em: https://aprepro.org.br/conbrepro/2020/anais/arquivos/09252020_160906_5f6e4c0aa1884.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 13. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 3.

VASCONCELLOS, A. C.; ALVES, N.; RAMOS, R. Validade dos Contratos Eletrônicos Firmados com Instituições Financeiras: Repercussão Econômica e Teorema de Coase. **Boletim Economia Empírica**, [S. l.], v. 01, nº IV, p. 25-39, 2020. Disponível em: <https://portal.idp.emnuvens.com.br/bee/article/download/4774/1874>. Acesso em: 02 maio 2021.

VIANNA, E. W. **Segurança da informação digital: proposta de modelo para a Ciber Proteção nacional**. 2019. Tese (Doutorado em Ciência da Informação), Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

WALD, Arnaldo. O Direito do Consumidor e suas repercussões em relação às instituições financeiras. **In Revista dos Tribunais**, São Paulo: RT, Vol. 666, abr. 1991, p.7-17. Disponível em: 111limpo.max (senado.leg.br). Acesso em: 14 out. 2021.