

OS BANCOS DIGITAIS: UMA ANÁLISE DAS BOAS PRÁTICAS DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO NO APLICATIVO DO BANCO NUBANK

CHIELLE, Fabio Teixeira.¹
MENEGASSO, Fagner.²

RESUMO

Considerando o aumento no uso da internet e os avanços tecnológicos, as empresas e os serviços que oferecem precisaram se adequar às necessidades de seus clientes. Diante disso, tem surgido no cenário financeiro os bancos digitais, que inovam em tecnologia e praticidade. Este trabalho, portanto, aborda a experiência do usuário do banco digital Nubank. Para tanto, inicialmente, por meio de estudo bibliográfico, discorre-se sobre o surgimento dos bancos digitais e a sua importância, assim como conceituam-se os termos *fintechs* e *startup*, os quais estão presentes no contexto dos bancos digitais. Posteriormente, realizou-se uma análise da *startup* Nubank, mostrando sua evolução e crescimento. A análise também contempla a experiência do usuário com essa instituição bancária, sobretudo, ao utilizar o aplicativo que o Nubank oferece, descrevendo-se as suas funcionalidades e o que lhe é oferecido em termos de vivências. As discussões foram produzidas a partir das pesquisas exploratória, bibliográfica e qualitativa, recorrendo-se a livros e artigos que versam sobre a temática. Os resultados demonstram que o Nubank oferece uma experiência satisfatória, pois o aplicativo do banco é prático, versátil, simples, além de usar recursos relacionados à cor e à disposição prática da interface, atendendo às necessidades dos clientes.

PALAVRAS-CHAVE: Bancos digitais, Nubank, Experiência do Usuário.

ABSTRACT

The increase in the use of the internet and technological advances have made companies and the services they offer adapt to the needs of their customers. In light of this, digital banks have emerged on the financial scene, innovating in technology and practicality. This paper, therefore, addresses the user experience of the digital bank Nubank. To this end, initially, by means of a bibliographic study, we discuss the emergence of digital banks and their importance, as well as conceptualize the terms *fintechs* and *startups*, which are present in the context of digital banks. Subsequently, an analysis of the startup Nubank was carried out, examining its evolution and growth. The analysis also contemplates the user experience with this banking institution, especially when using the application that Nubank offers, describing its functionalities and what is offered in terms of experiences. The discussions were produced from exploratory, bibliographic, and qualitative research, using books and articles about the theme. The results show that Nubank offers a satisfactory experience, because the bank's application is practical, versatile, simple, and uses resources related to color and the practical layout of the interface, meeting the needs of customers.

KEYWORDS: Digital Banks, Nubank, User Experience.

1 INTRODUÇÃO

A internet e os avanços tecnológicos causaram mudanças e impactos em vários setores da sociedade humana, o que não foi diferente no cenário financeiro. Cada vez mais tem surgidos os bancos digitais, cuja especificidade é não existir atendimentos presenciais, somente on-line, sobretudo, por meio de aplicativos criados para esse fim.

¹Acadêmico do Curso de Engenharia de Software do Centro Universitário FAG. E-mail: fabio_chielle@hotmail.com

²Professor Especialista do Centro Universitário FAG e Orientador deste trabalho. E-mail: fagner@fag.edu.br

Dentre os bancos digitais presente no mercado brasileiro, um dos principais é a *startup* Nubank, a qual vem crescendo e se desenvolvendo de forma expressiva, além de proporcionar aos clientes cada vez mais serviços e inovações.

Em discussões realizadas a respeito do que empresas como essa oferecem, um ponto crucial é considerar a experiência do usuário quando utiliza os serviços fornecidos, a final de contas, como qualquer empresa, visa-se a conquistá-lo e fazê-lo um consumidor fiel.

A experiência do usuário, em síntese, pode ser definida como as percepções e as sensações da pessoa que utiliza determinado serviço ou produto tem, podendo chegar à conclusão se determinado serviço é satisfatório, interessante e apropriado. Assim sendo, é fundamental saber a opinião dos clientes, pois, por meio dessa análise, é possível verificar pontos a serem reforçados e melhorados em uma determinada plataforma.

Diante da relevância desse tema, o presente trabalho tem objetivo de analisar, por meio de uma pesquisa bibliográfica, exploratória e qualitativa, as boas práticas da experiência do usuário ao utilizar o aplicativo Nubank. Para apresentar os resultados desta investigação, dividiu-se este artigo em cinco seções: a primeira parte, é esta introdução, com a apresentação e a contextualização do tema; na segunda, tem-se a fundamentação teórica, formulada a partir de uma revisão bibliográfica sobre os bancos digitais e aspectos relacionados, sobre a *startup* objeto deste trabalho, o Nubank, e, posteriormente, sobre o conceito de experiência do usuário; na terceira seção, a metodologia aplicada ao estudo é descrita; na quarta, discutem-se os resultados e demonstra-se a utilização do aplicativo digital do banco em pauta; na quinta, são tecidas as considerações finais, seguidas das referências bibliográficas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o advento da internet e dos inúmeros avanços tecnológicos, os mais variados setores foram impelidos a se adaptarem. Nesse sentido, foram promovidas alterações consideráveis na dinâmica e nas interações sociais, o que impactou, não somente os consumidores, mas também as empresas, as quais têm buscado aumentar a eficiência, a agilidade e a comodidade para oferecer serviços e produtos que supram às necessidades de seus usuários.

Dentre os setores que tiveram significativas mudanças, encontram-se o bancário, com o surgimento dos bancos digitais, cuja proposta central é a simplificação, haja vista que historicamente o mercado bancário sempre foi muito burocrático para os clientes.

Os bancos digitais são instituições que não oferecem um atendimento presencial, de modo que todas as questões inerentes à conta bancária, aos empréstimos e/ou a outras dúvidas, podem ser resolvidas de forma *on-line*, seja por meio de computadores ou aplicativos para celulares e *smartphones* (BARROS; COELHO; PALOMARES, 2019).

Assim sendo, nesta seção teórica, são abordados conceitos relacionados aos bancos digitais, à origem e aos seus conceitos derivados.

2.1 BANCO DIGITAIS: ORIGEM E CONCEITOS

Segundo Severiano *et al.* (2021), o surgimento dos bancos digitais visa à tecnologia, à transparência e à desburocratização. Assim, “[...] a busca pela transformação e inovação tecnológica nos bancos vem crescendo nos últimos anos. Cada vez mais os usuários estão utilizando os serviços bancários sem necessitar comparecer a uma agência física [...]” (SEVERIANO *et al.*, 2021, p. 16).

Os bancos digitais oferecem seus serviços puramente online, como não há serviço presencial, suas taxas bancárias são reduzidas ou isentas em comparação com os bancos tradicionais, o que atrai mais clientes para seus serviços (SEVERIANO, 2021).

O interesse pelos bancos digitais não está somente na agilidade de resposta, dada a possibilidade de resolver questões de modo *on-line*, mas pelo fato de que muitos serviços que seriam cobrados em bancos físicos são gratuitos nos digitais.

De acordo com Felipe Ferreira Marques (2018), os bancos digitais ainda conseguem se adequar aos seus consumidores, possibilitando respostas mais rápidas:

A partir de informações provenientes da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), os Bancos digitais se configuram, não apenas por possuírem aplicativos que colaboram junto aos clientes nas realizações de transações financeiras e não somente por prestarem serviços de internet banking, mas também por agregar valor e transformação online em serviços feitos tradicionalmente off-line. Tal tipo de Banco, possui ainda, um processo operacional com consistência e capacidade de se adequar às inovações tecnológicas além de corresponder ao contato do consumidor instantaneamente. O método on-line é a base de todo o processo, do início, onde há a abertura da conta corrente que requer o envio de documentação, até a última etapa, onde há a coleta de assinatura eletrônica através de ferramentas virtuais. No caso de inconsistências ou surgimento de dúvidas, o consumidor pode entrar em contato por meio de canais eletrônicos, sem que necessariamente se dirija a uma agência bancária física como faria em bancos tradicionais, em alguns casos a agência bancária física se quer existe, como no caso da empresa Nubank. (MARQUES, 2018, p. 18).

O autor ainda assevera que, considerando as características dos bancos digitais, tais como as tarifas de serviços baixas ou nulas, a isenção de anuidade em cartões de crédito, a agilidade e a praticidade na resolução inerentes as contas bancárias, essas instituições transformam o setor financeiro, tornando-o mais competitivo e atrativo, em especial para um público mais jovem, que tende a aceitar e ter mais facilidade com as tecnologias (MARQUES, 2018).

Quando se trata de bancos digitais, algumas expressões têm surgido e se tornado recorrentes, a exemplo de *startups* e *fintechs*. De acordo com Barros, Coelho e Palomares (2019), “[...] nas finanças, as startups são chamadas de fintechs, um termo em inglês que vem da junção de finanças e tecnologia, e estão revolucionando o setor financeiro.” (BARROS; COELHO; PALOMARES, 2019, p. 83). Eles continuam:

De acordo com ABStartups (2017), as startups são empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, desenvolvendo rápido de crescimento. Ao contrário dos bancos tradicionais, as fintechs oferecem seus produtos e serviços em plataformas totalmente digitais, como os

aplicativos para celulares e tablets. Seu modelo de negócio complacente e flexível busca chegar o mais próximo possível das necessidades de seus clientes. O Brasil é o maior mercado de *fintechs* da América Latina e cada vez mais se qualifica para manter a liderança. A startup brasileira Nubank, que ficou conhecida por seu cartão de crédito sem anuidade, já possui mais de cinco milhões de clientes desde seu lançamento em setembro de 2014 (BARROS; COELHO; PALOMARES, 2019, p. 83).

Neste estudo, adotamos a expressão *fintechs* no sentido dado por Diniz (2020), em que o termo “[...] abrange as novas empresas do setor financeiro que utilizam tecnologia de forma inovadora como meio para criar e entregar produtos e serviços [...]” (DINIZ, 2020, p. 12), sendo um sinônimo de bancos digitais, embora seja uma expressão que engloba diversos serviços.

O desafio das *fintechs* é desenvolver soluções para os problemas encontrados pelos consumidores em instituições tradicionais, o que faz com que o setor financeiro fortaleça ainda mais sua posição como maior investidor em tecnologia (KATORI, 2017).

Para esse pesquisador, as *fintechs* têm uma atuação mais ampla que as tradicionais instituições financeiras, explorando ramos que não interessavam aos bancos que não trabalhavam de forma digital (KATORI, 2017).

De acordo com o Radar Fineteclab, os ramos de atuação dentro do mercado financeiro das *fintechs* são diversificados, tais como o pagamento, o gerenciamento financeiro, os empréstimos, as negociações, os investimentos e outros serviços (FINTECS..., 2016).

Fintechs são startups que tentam oferecer serviços revolucionários, tentando modificar a forma de se consumir produtos financeiros que normalmente eram limitados aos bancos tradicionais, assim, utilizando de tecnologia de ponta, eles conseguem melhor atendimento ao consumidor, segurança e redução de custos (SOBERAY, 2021).

Feitas tais considerações sobre os bancos digitais, a seguir, destaca-se a *startup* que é objeto de análise neste estudo.

2.1.1 O banco digital e operadora de cartões de crédito Nubank

O Banco digital Nubank foi criado em 2013, iniciando suas atividades na cidade de São Paulo. Nos primórdios, era uma *startup* pequena, com foco somente no desenvolvimento de soluções financeiras por meio de tecnologia. Em 2014, lançou um cartão de crédito internacional, sem anuidade, da bandeira Mastercard. Posteriormente, em 2017, criou uma conta digital totalmente gratuita, chamada Nuconta, sendo seu diferencial a possibilidade de fazer transferências ilimitadas para qualquer outro banco de forma gratuita. Além disso, foi produzido o programa de benefícios, Nubank Rewards, sem que os pontos se expirassem com o tempo. No ano seguinte, foi disponibilizada aos clientes a possibilidade de fazer pagamento por débito utilizando o cartão e realizar saques da Nuconta, algo que até então não era possível. Em 2019, o Nubank habilitou uma opção aos seus clientes de serviço de empréstimo pessoal, com possibilidade de simulações antes da contratação (BURGOS, 2021).

Observa-se que essa *startup* inovou com o passar dos anos, foi crescendo e ofertando cada vez mais serviços aos seus clientes. Com relação aos dados de crescimento, Marques (2018, p. 25) destaca:

[...] devido a necessidade de inicialização dos serviços, o Banco contou com investimentos estrangeiros da Kaszkek Ventures e da Sequoia Capital, totalizando um montante de US\$ 2 milhões. Em meados de abril de 2014 abriram-se as portas da companhia e os cartões de créditos começaram a ser emitidos. Inicialmente a sede da empresa se localizava em São Paulo, contando com 33 funcionários. Dois anos depois, no ano de 2016, a Operadora de Cartões de Crédito já contava com mais de 350 colaboradores e nova sede também no estado de São Paulo, contabilizando aproximadamente US\$ 99 milhões de dólares aplicados ao negócio. Com características inovadoras e direcionadas ao seu público alvo, o crescimento da companhia foi decorrendo de forma orgânica. (MARQUES, 2018, p. 25).

Burgos (2021, p. 21) também pontua que o Nubank é uma empresa “[...] líder entre os bancos digitais brasileiros, indicando deter recursos e meios para suprir as demandas dos seus clientes por serviços bancários de uma forma ágil, por meio de tecnologias convenientes e inovadoras.” (BURGOS, 2021, p. 21).

O nome da empresa agrega diversos significados, “Nu” vem de pelado e sugere “sem”, remetendo a ideia de não ter tarifas, burocracia, ser transparente, sem asteriscos e letras miúdas, além da pronuncia de “Nu” ser parecida com “new” que juntado com bank dá a ideia do Nubank ser um novo tipo de banco (OLIVEIRA, 2019).

Essa *fintech* escolheu uma plataforma simples para disponibilizar seus recursos, por meio de um aplicativo móvel, permitindo que seus clientes resolvam tudo que precisam de modo funcional e seguro (BATISTA, 2021).

Na subseção a seguir, discute-se acerca da experiência do usuário, da sua conceituação e importância, para que, posteriormente, no momento das análises, verifique-se de forma mais prática e visual, com demonstração das telas do aplicativo, quais são as possibilidades oferecidas ao usuário no uso do aplicativo Nubank.

2.1.2 A experiência do usuário

Conforme já mencionado, em um primeiro momento, é importante conceituar o que é a experiência do usuário, antes de se avaliar como é a sua experiência na *startup* Nubank, foco da seção 4 deste artigo.

André Grilo (2018) explica que a experiência do usuário, apesar de parecer algo recente, surgiu há tempos:

A experiência do usuário, popularmente conhecida pelo acrônimo UX (originado do inglês User Experience), à primeira vista parece se tratar de uma disciplina recente, sendo frequentemente encontrada em discussões sobre interfaces para web. Aplicativos, redes sociais, internet das coisas, cidades inteligentes e outros temas se difundiram nos últimos anos, e a sobreposição de assuntos relacionados ao digital tem produzido uma noção de que UX se limita ao contexto da web. No entanto, a disciplina Experiência do Usuário surgiu há mais tempo, bem antes das tecnologias da atualidade, se originando, inclusive, de pesquisas e investigações sobre a relação do homem com artefatos analógicos e físicos. (GRILO, 2018).

Na ótica desse autor, a experiência do usuário pode acontecer tanto no meio digital quanto em ambiente real, nas situações cotidianas. Para a ocorrência da

experiência, basta existir a interação entre um sujeito e um artefato/uma interface, algo que seja uma estrutura interativa (GRILO, 2018).

Silva *et al.* (2018) acrescentam que “[...] a experiência do usuário (*user experience*, UX) é definida como percepções e respostas dos usuários, resultantes do uso de um produto, sistema ou serviço.” (SILVA *et al.*, 2018).

Portanto, observa-se que a experiência do usuário é importante, pois, conforme os conceitos supracitados, evidencia quais são as percepções do usuário ao utilizarem determinado sistema. Nessa perspectiva, Norman (1998) identifica “[...] três fatores igualmente importantes determinam o sucesso comercial de um produto tecnológico: tecnologia, marketing e Experiência do Usuário.” (NORMAN, 1998 *apud* FALAVIGNA, 2015, p. 20).

Com relação à experiência do usuário, preocupasse mais em saber qual a sua perspectiva quando manipula determinados produtos, sistemas ou serviços. Esse *feedback* favorece a criação de meios mais satisfatórios, agradáveis, interessantes, motivadores, dentre outras sensações positivas, àqueles que os utilizam (SHARP *et al.*, 2022 *apud* LINHARES FILHO, 2022).

A *startup* Nubank, de acordo com o estudo feito pela revista Consumidor Moderno, que avaliou as empresas que mais respeitam o Consumidor³ nos anos de 2018 a 2022, está presente entre os vencedores nas categorias bancos digitais ou empresas de cartão de crédito. Assim, percebe-se uma preocupação dessa instituição com seu usuário.

Na seção 4, por meio das telas do aplicativo, é possível analisar um pouco da política da Nubank relacionada aos seus usuários, que oferece um aplicativo simples e prático, mas com várias funcionalidades, demonstrando a importância de uma experiência satisfatória de quem o usa. Antes disso, porém, a seguir, detalha-se a metodologia da pesquisa.

3 METODOLOGIA

Na elaboração deste artigo, recorreu-se a trabalhos acadêmicos encontrados no Google Acadêmico, bem como em livros que versavam sobre a temática (bancos digitais e as experiências dos usuários), visando ao levantamento bibliográfico. Desse modo, metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, exploratória e qualitativa.

Com relação aos materiais, foram selecionados os mais recentes e relevantes para a produção deste texto. As palavras-chave utilizadas na procura das pesquisas foram: “Bancos Digitais”, “Experiência do Usuário” e “Banco Nubank”. A busca ocorreu entre os meses de julho e a primeira semana novembro de 2022.

Com relação à pesquisa bibliográfica, Fonseca (2002) explica que ela é feita com base no levantamento de referências que já foram analisadas e escritas, bem como publicadas em livros, artigos ou sites da internet. Esse levantamento permite ao pesquisador conhecer melhor determinado assunto e o modo como ele foi explorado. Fonseca (2002) também assevera que há pesquisas que se pautam exclusivamente na pesquisa bibliográfica, recolhendo informações e conhecimentos prévios sobre uma problemática, visando a uma resposta.

Assim, a pesquisa bibliográfica pauta-se em materiais já desenvolvidos por outros autores, em especial, livros e artigos, tendo como principal vantagem ser mais

³ Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/respeito/anteriores/>

abrangente do que se realizada de uma forma direta. O investigador, desse modo, tem a acesso a uma vasta quantidade de informações de forma mais rápida (GIL, 2002).

Pesquisas exploratórias servem para criar maior familiaridade com tema, elas permitem aprimorar ideias, descobrir instituições e facilitar a criação de hipóteses, além de serem flexíveis nos aspectos a serem abordados (GIL, 2002).

Com relação aos resultados, o presente artigo pode ser caracterizado como uma pesquisa qualitativa. Tal abordagem, como explica Zanella (2006, p. 63 e 110), dispõe que: “[...] trabalha com dados qualitativos, com informações expressas nas palavras orais e escritas, em pinturas, em objetos, fotografias, desenhos, filmes etc. A coleta e a análise não são expressas em números [...]” (ZANELLA, 2006, p. 63).

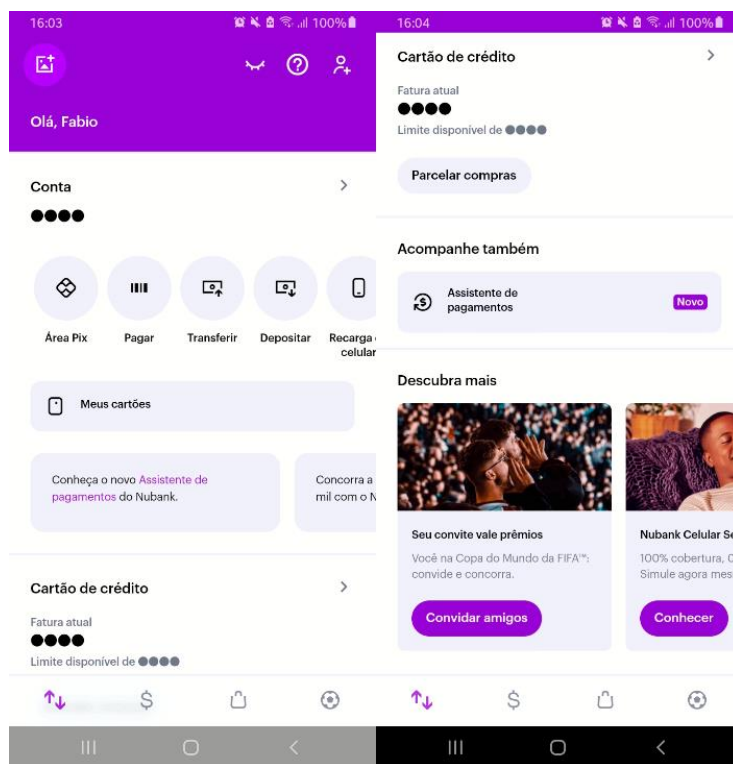
Na pesquisa qualitativa o processo de coleta dos dados e análise dos mesmos acontecem no mesmo tempo, o processo é interativo e integrado e não são expressos em números, o que difere de uma pesquisa quantitativa, onde há uma clara separação entre esses momentos (ZANELLA, 2006).

Após explicitarem-se os aspectos teóricos e metodológicos, na próxima seção, discute-se e analisa-se experiência do usuário que utiliza o aplicativo do Nubank, visando a demonstrar como o contato do cliente com o banco se mostra eficaz e adequado.

4 ANÁLISES E DISCUSSÕES

Nesta seção, para se analisar as boas práticas da experiência do usuário que o cliente do Banco Nubank encontra no aplicativo, demonstram-se as principais telas e funções do próprio aplicativo, a fim de analisar de forma mais prática as sensações dos usuários ao utilizá-lo. Na Figura 01, tem-se a página inicial do aplicativo.

Figura 01: Página inicial do Aplicativo do Banco Nubank



Fonte: Aplicativo Nubank.

A Figura 01 apresenta a página inicial do aplicativo. Nela, no cabeçalho à direita, encontra-se o ícone de menu do usuário; à esquerda, há a opção de exibir ou não o saldo e a fatura; logo após, têm-se os ícones de ajuda e de convidar amigos.

Após o cabeçalho, visualizam-se as opções da conta, e, na sequência, algumas funcionalidades sugeridas ao usuário, com a opção de rolar para o lado para ver mais.

Abaixo dessas funcionalidades, está o menu de meus cartões. Logo em seguida, são exibidas algumas propagandas, como o novo assistente de pagamentos do Nubank.

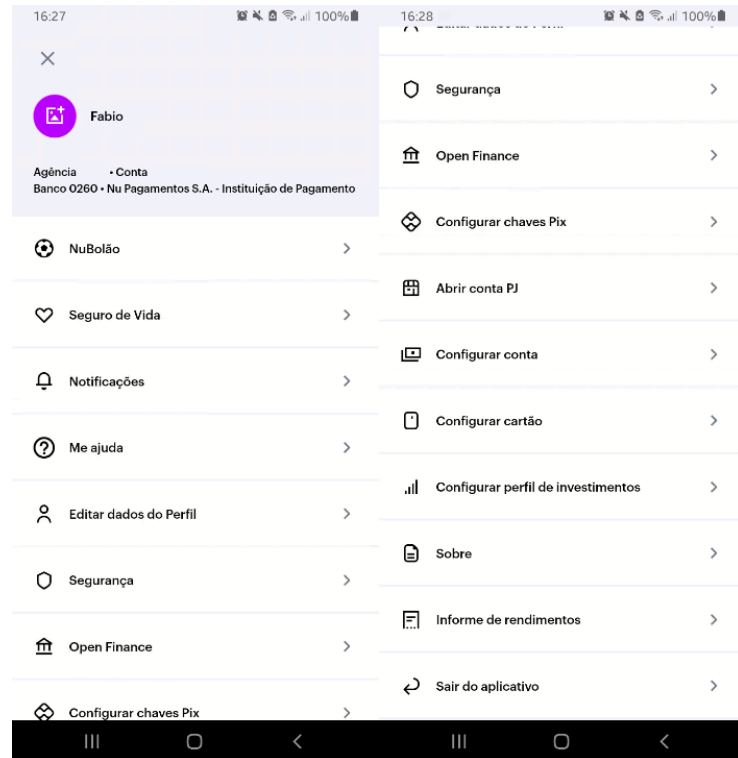
Também, o cliente encontra algumas informações do cartão de crédito, tais como o valor da fatura atual e o seu limite disponível, com a opção de parcelar as compras. Ainda na área de cartão de crédito, tem-se o assistente de pagamentos.

Na seção descubra mais, há ícones, em formas de *cards*, relacionados a algumas chamadas para convite de amigos, seguro de celular, seguro vida e portabilidade de salário.

É possível observar que o aplicativo, logo na tela inicial, após digitar-se a senha, tem a página dividida: uma seção para conta e outra para o cartão de crédito, pagamentos e outras funções, conforme explica Krug (2008): “[...] dividir a página em áreas claramente definidas é importante porque permite aos usuários decidirem rapidamente quais áreas da página focar e quais podem ser ignoradas sem perdas.” (KRUG, 2008, p. 36-37). Dessa forma, o aplicativo se torna mais dinâmico para o usuário. Vários estudos sobre navegações em páginas da web indicam que, visualmente, os usuários decidem em que local da página provavelmente encontraram as informações que procuram e assim, tendem a ignorar o restante.

Quando se clica no botão de menu do usuário, são exibidas algumas funções, como mostra a Figura 02.

Figura 02: Menu do usuário



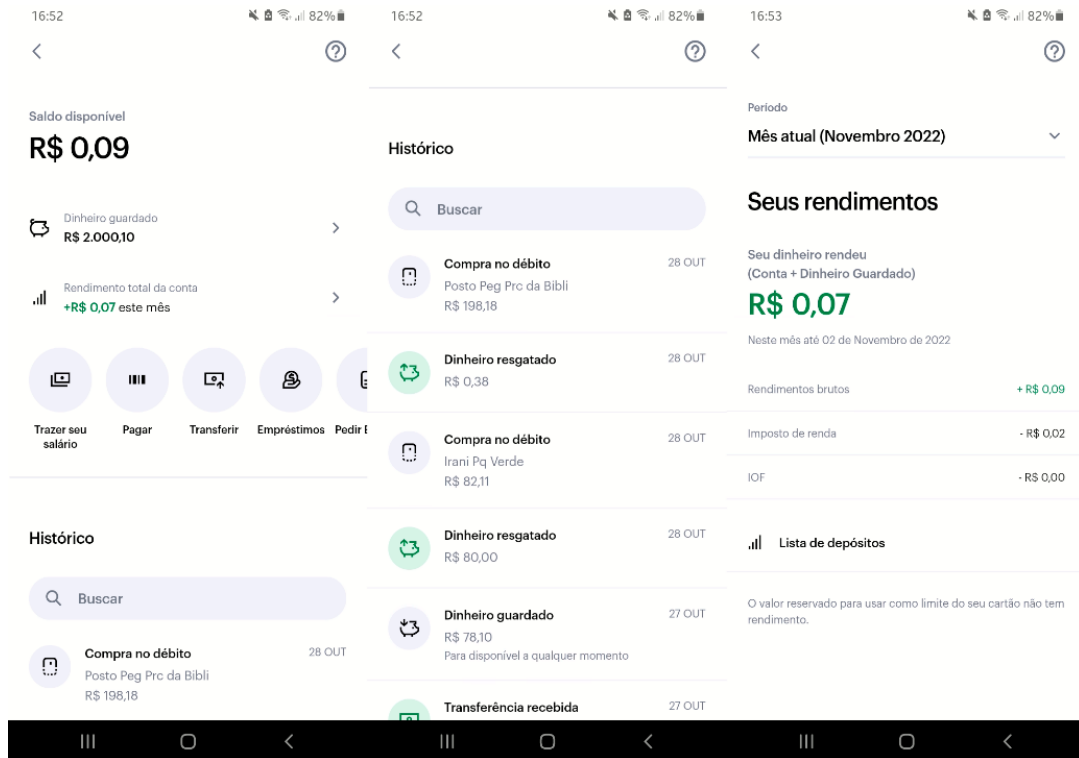
Fonte: Aplicativo Nubank.

Na Figura 02, verifica-se que o usuário tem acesso aos seguintes recursos: notificações, editar dados do perfil, segurança e outras funcionalidades, que são reveladas progressivamente.

A revelação progressiva é uma boa opção de introdução nos aplicativos, pois ajuda o usuário a entender quais são as funções disponíveis e, por meio de alguns *clicks*, ele pode ter acesso a outras. O fato de ocultar alguns recursos e revelá-los de modo progressivo reduz a carga cognitiva dos usuários, o que torna mais eficiente a utilização do aplicativo (LOWDERMILK, 2013).

Na sequência, é possível visualizar a tela de acesso à conta:

Figura 03: Opção de conta



Fonte: Aplicativo Nubank.

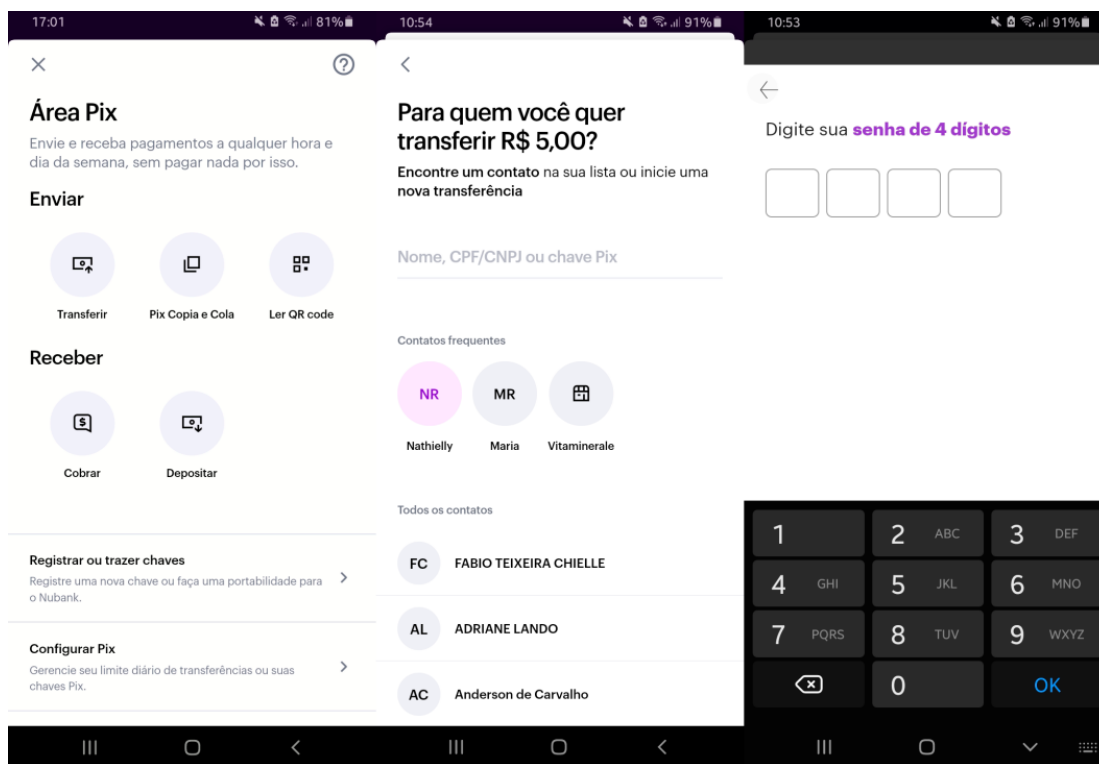
Conforme a Figura 03, na opção de conta, na página inicial, tem-se acesso a um resumo do saldo disponível, do dinheiro guardado, dos rendimentos, além de algumas funcionalidades e o histórico das ações. Clicando nos rendimentos, é possível ter uma visão mais ampla de como estão os rendimentos do usuário, com a opção de selecionar o período que deseja visualizar.

Nessa parte do aplicativo, nota-se que o visual da interface dispõe de fontes em tamanho diferente uma das outras, bem como outras notações, pro exemplo, as informações do saldo estão em negrito, e o rendimento em uma cor diferente (verde). Aspectos como esse conferem destaque às informações mais relevantes.

Esse tipo de visibilidade é importante, pois é por meio ela que se pretende concentrar o foco visual do usuário no aplicativo, o que pode ser efetivar por meio do tipo de letra, com diferentes estilos e tamanhos, a fim de chamar a atenção do usuário para determinadas informações. Ainda, é possível fazer isso recorrendo-se à proeminência, ou seja, dispondo elementos com tamanhos diferenciados. Os maiores, logicamente, que terão mais visibilidade que outros, sendo possível ainda utilizar cores e contrastes distintos (LOWDERMILK, 2013).

Seguindo na análise das funções do aplicativo e a experiência do usuário, na área da conta, há opção da transação PIX, conforme a Figura 04:

Figura 04: Pix



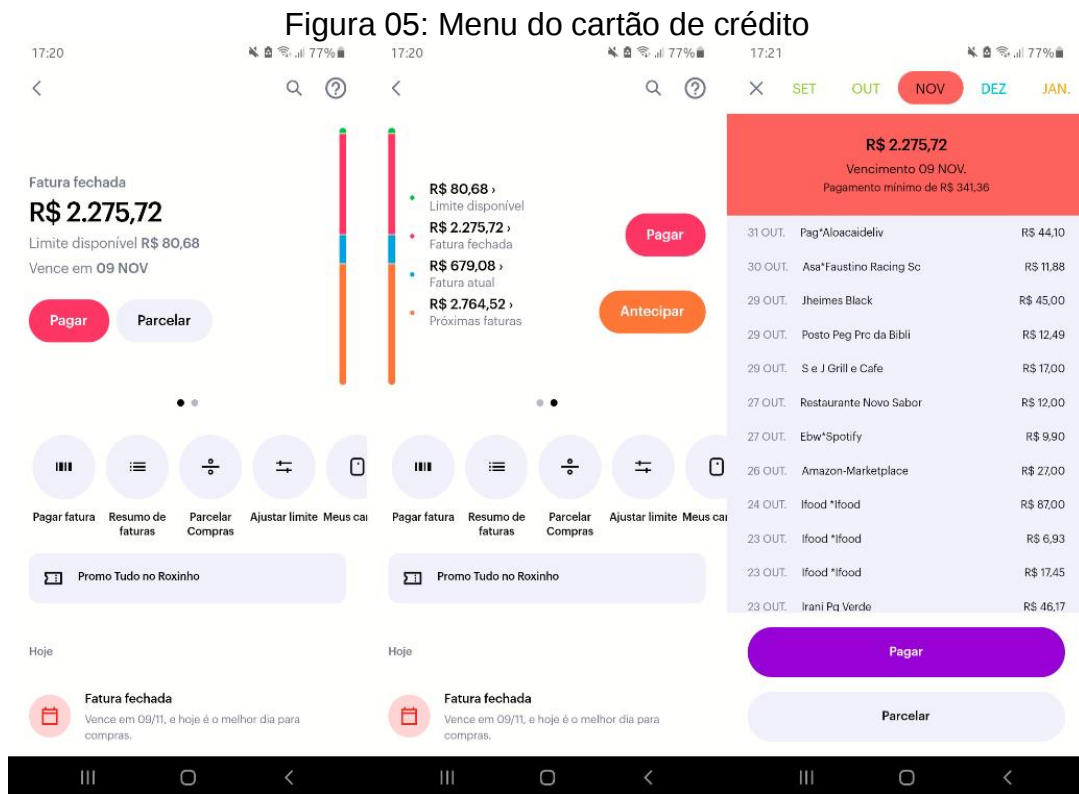
Fonte: Aplicativo Nubank.

Como se visualiza na Figura 4, quando o usuário acessa a área PIX, há cinco ícones com nomes descritos desta forma: transferir, PIX cópia e cola, ler QR Code, cobrar e depositar. Abaixo, têm-se as opções de registrar ou trazer chaves PIX para a conta Nubank e de configurar a chave-PIX, gerenciando-se inclusive os limites diários de transferências nessa modalidade.

Quando selecionada a opção de transferir, pode-se escolher um valor, na sequência, informa-se o contato para transferência. Feito isso, o aplicativo pede uma confirmação, por meio da senha de quatro dígitos, procedimento necessário para finalizar a transferência.

Quanto à necessidade de confirmação por meio de senha, Lowdermilk (2013) menciona que isso uma maneira de evitar que o usuário cometa erros. Assim, o aplicativo a solicita, já que “[...] o princípio da confirmação estabelece que um aplicativo deve evitar ações indesejadas ao solicitar uma verificação.” (LOWDERMILK, 2013, p. 110).

Outra tela importante a ser analisada é o menu do cartão de crédito, local em que há inúmeras estratégias para uma experiência mais satisfatória do usuário. A Figura 05 expõe o que o cliente encontra nesse espaço:



Fonte: Aplicativo Nubank

Como ressalta a Figura 05, o usuário consegue visualizar as suas faturas atuais ou fechadas, o limite disponível e o dia do vencimento, e as opções de pagar e parcelar. Arrastando-se a tela para o lado, há uma barra colorida, na qual a cor verde representa o limite disponível, a vermelha a fatura fechada, a azul a fatura atual e a laranja as próximas faturas.

Ao lado, têm-se, novamente, o botão de pagar e o botão de antecipar, com a opção de adiantar algumas compras, o que dá a possibilidade de se obter algum desconto com isso.

Clicando em fatura fechada ou atual, o usuário é direcionado para uma que detalha, no mês selecionado, o valor, o vencimento e o pagamento mínimo. Na sequência, listam-se as compras realizadas, o dia em que isso foi feito e o respectivo valor.

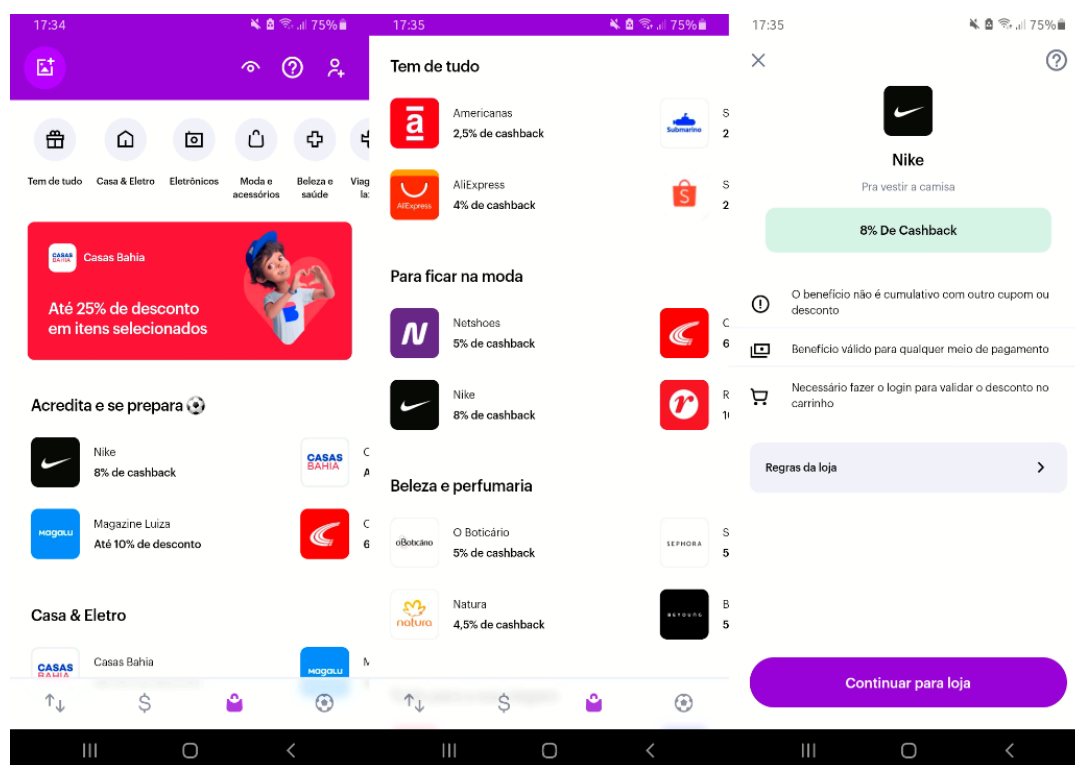
É possível perceber no menu do cartão de crédito que existe uma hierarquia visual clara.

Krug (2008) informa sobre a importância da hierarquia visual, o mais importante deve ser mais proeminente, isso pode ser alcançado de diversas formas e combinações, como através da utilização de cor diferente, negrito, posição na página maior espaçamento ou fonte. Ele também desenvolve sobre o agrupamento de coisas semelhantes em uma área claramente delimitada, como um cabeçalho ou mostrando-as em de forma parecida.

O aplicativo Nubank trabalha exatamente com a hierarquia visual clara, conferindo aos usuários mais clareza e uma interface menos carregada.

Outro recurso a ser destacado é a seção de descontos, que fica disponível por meio de um menu inferior, que é acessado a partir de um ícone de bolsa, conforme a Figura 06:

Figura 06: Página de descontos



Fonte: Aplicativo Nubank.

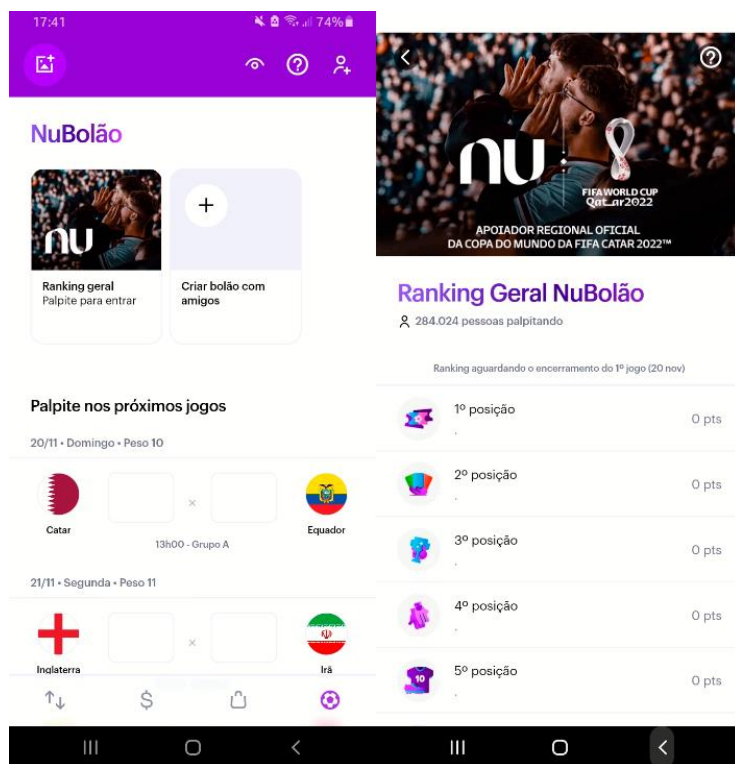
Ao acessar essa seção, notam-se os descontos e o *cashback* disponibilizados pelo Nubank. Os ícones aparecem separados por categorias: tem de tudo, casa & eletro, eletrônicos, moda e acessório, beleza e saúde e viagem e lazer.

Rolando a página para baixo, há as mesmas separações só que com as lojas descritas. Quando o usuário seleciona uma loja na qual tem interesse de utilizar o desconto ou o *cashback*, mostram-se o valor disponível para isso, algumas informações, as regras da loja e a opção para continuar. Caso deseje, o cliente é direcionado à loja para prosseguir com a compra utilizando o bônus oferecido.

Nessa seção, também é possível notar a hierarquia visual clara, visto que coisas que estão relacionadas logicamente também estão relacionadas visualmente (KRUG, 2008). O aplicativo organiza separadamente as categorias de lojas, agrupando-as de forma lógica, como se fosse um departamento (beleza, esporte, produtos para casa e outros), o que facilita a busca pelos descontos.

Por fim, considerando o ano da Copa do Mundo de Futebol, o aplicativo Nubank trouxe uma inovação para seus usuários, a página do Bolão Nubank, que pode ser acessado por meio do menu principal do aplicativo (Figura 07).

Figura 07: Página do Bolão Nubank



Fonte: Aplicativo Nubank.

Nessa opção do aplicativo, conforme a Figura 07, quando acessado pelo menu, visualiza-se o ícone de bola do NuBola. Considerando a chegada da Copa do Mundo que será realizada no Catar de 20 de novembro a 18 de dezembro de 2022, o aplicativo Nubank abriu essa opção para que o cliente interaja e dê palpites nos jogos. Como recursos, têm-se o dia e o peso dos jogos, as equipes que competirão, espaço para inserir o seu palpite, o horário do jogo e o grupo ao qual pertence. Clicando-se em *ranking* geral, aparecem as posições, mas, como ainda não iniciaram os jogos até a finalização deste trabalho, o campo para apostas está zerado.

Nesse ponto, a experiência do usuário pode ser trabalhada pelo chamado princípio da consistência (LOWDERMILK, 2013), que estabelece que os usuários conseguem compreender melhor as funções dos aplicativos quando eles são consistentes no que já é usualmente conhecido. A Nubank, desse modo, ao implementar no aplicativo o NuBola, agregou algo bem semelhante à prática comum dos bolões de futebol, tornando mais fácil para o usuário compreender e aprender a usar a nova função.

Segundo a empresa, o usuário está sempre em foco. Busca-se atender às suas necessidades, mas possibilitar-lhe uma experiência tão satisfatória ao ponto de que os clientes não precisem de funcionários reais. O aplicativo foi desenvolvido de modo que as pessoas possam resolver tudo que precisam de forma autônoma, no entanto, em caso de dificuldades, existe um suporte acessível e rápido (O QUE..., 2018).

Desse modo, observa-se que o aplicativo oferece uma experiência satisfatória ao usuário, pois emprega as mais variadas técnicas para chamar a sua atenção, seja no uso de cores diferentes, fontes de tamanhos variados ou até mesmo a forma como o aplicativo é organizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço da internet e das tecnologias veio acompanhado de mudanças significativas no cenário financeiro. Os bancos digitais surgiram para inovar e conferir praticidades ao usuário. Nesse estudo, objetivou-se analisar a boa prática da experiência do usuário no banco digital Nubank.

Em um primeiro momento, observou-se a evolução dos bancos digitais, dada as inovações tecnológicas e internet, esclarecendo-se conceitos como *fintech* e *startup*, comuns aos bancos digitais. Nesse quesito, notou-se que as *fintechs* são empresas de setor financeiro que juntam finanças e tecnologias, com plataformas totalmente digitais, sendo atrativas por não cobrarem taxas e tarifas que seriam usuais em bancos tradicionais.

A *startup* que vem se destacando no setor financeiro é o Nubank, que já conta com milhares de usuários, tendo como missão principal o foco no cliente. Um dos aspectos mais importantes a se considerar na relação cliente-empresa é uma boa experiência do usuário. Consegue-se isso, como discutido, por meio de uma plataforma, serviço ou produto, que possibilitam vivências satisfatórias, interessantes e outras percepções que fazem com que os usuários continuem usando os serviços e recomendando-os a outros.

A *startup* Nubank, visa-se a uma experiência do usuário satisfatória. Conforme analisado, o aplicativo disponibilizado pela empresa é prático, funcional, tem inúmeros recursos compreendidos de maneira simples rápida e objetiva, não deixando de conter as funcionalidades mais importantes.

Além disso, o aplicativo dispõe de diversas técnicas para que a experiência seja agradável, com cores diferentes, para trazer destaque aos dados importantes, fontes de tamanhos distintos para chamar atenção do usuário, a divisão por categorias e outros elementos.

Portanto, pode-se concluir que a razão de a empresa estar ganhando destaque no cenário financeiro e no atendimento aos seus clientes está na qualidade do aplicativo e dos serviços disponibilizados, os quais atendem às necessidades dos usuários.

REFERÊNCIAS

BARROS, G.; COELHO, I.; PALOMARES, V. O impacto das fintechs no setor bancário nacional. **Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 1-30, 2019.

BATISTA, A. T. A. **Posicionamento de marca na comunicação digital: um estudo de caso da Fintech Nubank**. 2021. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

BURGOS, R. M. V. **Por que os clientes continuam preferindo o banco digital Nubank**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

DINIZ, B. **O fenômeno fintech: tudo sobre o movimento que está transformando o mercado financeiro no Brasil e no mundo**. [S.L.]: Alta Books, 2020.

FALAVIGNA, V. D. **Experiência do usuário: análise e aplicação de métodos de avaliação**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnologias Digitais) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2015.

FINTECS no brasil: uma revolução que já é realidade. **Fintechlab**, 14 de abril de 2016. Disponível em: <https://fintechlab.com.br/index.php/2016/04/14/report-fintechs-no-brasil-uma-revolucao-que-ja-e-realidade/>. Acesso em: 15 ago. 2022.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GRILO, A. **Experiência do usuário em interfaces digitais**. Belém: SEDIS/UFRN, 2019.

KATORI, F. Y. **Impactos das fintechs e do blockchain no sistema financeiro: uma análise crítico-reflexiva**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

KRUG, S. **Não me Faça Pensar: uma abordagem de bom senso na web**. 2.ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

LINHARES FILHO, R. da C. **Uma análise da usabilidade e experiência do usuário do Banco Inter**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Software) - Universidade Federal do Ceará, Russas, 2022.

LOWDERMILK, T. **Design Centrado no Usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis**. São Paulo: Novatec Editora, 2019.

MARQUES, F. F. **NUBANK: O mercado de Fintechs no Brasil**. 2018.

NUBANK. **O que a cultura do Nubank tem a ver com foco no cliente?** 2018. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

OLIVEIRA, M. M. N. de. **O diferencial no atendimento online: a experiência bem-sucedida da startup Nubank**. 2019. Monografia (Graduação em Comunicação Organizacional) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

SEVERIANO, M. C. ; DANTA, E. S.; ALMEIDA, R. C.; VALDEVINO, Q. S.; OLIVEIRA, M. PAULA, S. Avaliação de desempenho nos bancos digitais: uma abordagem na perspectiva gerencial. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS*, 28, [s.l.], 2021. **Anais...** [S.L.]: ABC, 2021. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4828/4842>. Acesso em: 15 ago. 2022.

SILVA, T. H. O.; JULIANI, F. S.; MENDES, M. S.; CARVALHO, C. R. M. Um estudo da experiência dos usuários de Internet banking de um banco público brasileiro. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO SOBRE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS COMPUTACIONAIS*, 17, Belém, 2018. **Anais...** Porto Alegre: Sociedade Brasileira

de Computação, 2018. Disponível em:
https://sol.sbc.org.br/index.php/ihc_estendido/article/view/4182. Acesso em: 15 ago. 2022.

SOBERAY, I. L. B. S. **Fintechs: o desafio da regulação dos bancos digitais**. 2021. Monografia (Bacharelado em Direito) – Centro Universitário Curitiba, Curitiba, 2021.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da pesquisa**. Florianópolis, SEAD/UFSC, 2006.