

Nos últimos anos, o setor bancário tem passado por uma transformação significativa, que vai além das inovações tecnológicas e da digitalização de processos. A tendência agora é a humanização dos serviços e produtos oferecidos ao cliente, uma reação direta ao impacto que décadas de automação, redução de agências físicas e o aumento do uso de IA deixaram sobre a experiência do consumidor. Mas o que exatamente significa a humanização dos serviços bancários? E por que bancos tradicionais e fintechs investem cada vez mais em estratégias que priorizam a empatia e a personalização no atendimento?

O movimento atual busca a reconciliação entre os benefícios da tecnologia e a necessidade dos clientes de serem tratados como indivíduos com demandas específicas, e não apenas como números ou estatísticas. Ao incorporar valores como transparência, proximidade e confiança, instituições financeiras tradicionais e empresas digitais tentam oferecer um atendimento que coloca o ser humano no centro da experiência. Essa nova abordagem surge como uma resposta aos desafios gerados pelo avanço tecnológico, que, embora tenha trazido conveniência e rapidez, também intensificou o distanciamento entre clientes e instituições.

A Ascensão do Atendimento Automatizado e o Sentimento de Distanciamento

Nas últimas duas décadas, os bancos implementaram uma série de transformações estruturais e digitais, incluindo a introdução de caixas eletrônicos, aplicativos móveis e o uso de inteligência artificial para análise de crédito e atendimento ao cliente. No entanto, a pressão para reduzir custos e aumentar a eficiência levou muitos bancos a fechar agências físicas e priorizar o atendimento virtual, o que gerou uma sensação de despersonalização nos serviços.

Com o aumento do uso de chatbots, sistemas de resposta automática e processos padronizados, muitos consumidores começaram a sentir que suas necessidades individuais eram negligenciadas. Segundo uma pesquisa da consultoria Accenture, 40% dos consumidores em 2021 sentiram que seu banco não os tratava como indivíduos únicos, mas sim como “mais um cliente”, destacando uma lacuna entre as expectativas de experiência

personalizada e a entrega efetiva dos serviços.

A Nova Abordagem: Personalização e Proximidade

Para resgatar a confiança e a satisfação do cliente, bancos e fintechs estão agora se voltando para a humanização dos serviços. Esse movimento envolve, entre outras iniciativas, o treinamento de profissionais para que tenham empatia no atendimento, a criação de produtos financeiros personalizados e a ampliação das opções de atendimento presencial ou híbrido.

“Estamos entendendo que a presença humana no atendimento ao cliente não é apenas desejável, mas essencial para construir relações de confiança”, afirmou Luciana Andrade, diretora de inovação de um dos principais bancos brasileiros. “Tecnologia é importante, mas os clientes precisam saber que, se necessário, terão alguém para atender suas demandas específicas com atenção e compreensão.”

Essa abordagem inclui ações como o investimento em consultores financeiros que acompanham de perto o perfil e a jornada de cada cliente, atendendo-o de forma personalizada, seja presencialmente ou por canais digitais. O atendimento omnichannel, por exemplo, possibilita que os clientes iniciem uma conversa em um canal digital e a concluam em uma agência física, com a continuidade garantida em ambas as interações. Esse é o futuro próximo da integração humana e digital.

O Papel das Fintechs na Humanização do Atendimento

A entrada das fintechs no mercado trouxe um novo fôlego e uma abordagem mais próxima ao cliente, forçando os grandes bancos a reavaliarem suas estratégias. Diferentemente dos bancos tradicionais, que costumavam operar com estrutura rígida e centralizada, as fintechs surgiram oferecendo um serviço mais leve, ágil e personalizado, com menos burocracia e mais transparência.

Startups financeiras, como Nubank, Inter e C6 Bank, são reconhecidas por sua capacidade de proporcionar uma experiência intuitiva e amigável ao cliente. Mas, mesmo em um ambiente 100% digital, essas empresas perceberam que os clientes ainda sentem a necessidade de contato humano em momentos-chave, como durante processos de resolução de problemas financeiros complexos.

Para oferecer esse suporte, muitas fintechs criaram equipes de suporte humano, acessíveis por chat ou telefone, treinadas para interagir de maneira mais próxima e empática com os clientes. O desafio é manter a proximidade em um ambiente essencialmente digital, tarefa que elas têm superado com o uso de atendimento personalizado, segmentado e com uma comunicação clara e direta, que traz mais transparência para o usuário.

Produtos Bancários com Propósito

A humanização dos serviços bancários também passa pela criação de produtos financeiros que visam o bem-estar do cliente e não apenas o lucro. As instituições estão desenvolvendo produtos financeiros com abordagens mais inclusivas e sociais, promovendo a educação financeira e ampliando o acesso a crédito para públicos anteriormente desassistidos.

Entre as iniciativas mais recentes estão os programas de microcrédito direcionados a pequenas empresas e a criação de contas de pagamento sem taxas para consumidores de baixa renda. Além disso, os bancos estão ampliando os investimentos em educação financeira, promovendo campanhas de conscientização sobre orçamento, dívidas e planejamento financeiro, na tentativa de empoderar o cliente a tomar decisões mais seguras e informadas.

A Transformação Cultural nas Instituições

Uma das barreiras para a humanização dos serviços bancários reside na cultura organizacional das instituições financeiras. Tradicionalmente centradas em uma lógica de

rentabilidade e metas rígidas, essas empresas precisam, agora, repensar suas estruturas e priorizar o bem-estar e a experiência do cliente.

Para promover essa transformação cultural, bancos e fintechs estão investindo em treinamento de equipes e na revisão de processos internos, incentivando seus colaboradores a adotarem uma postura mais proativa e empática. Em grandes instituições, como o Itaú e o Bradesco, há uma mudança em curso na cultura de atendimento, que busca valorizar a interação humana e a capacidade de resolver problemas de forma rápida e eficiente, sem esquecer o lado humano de cada situação.

O Futuro dos Bancos: humanização e inovação aliadas

O setor bancário parece estar entrando em uma nova era, onde inovação tecnológica e humanização caminham juntas. À medida que bancos e fintechs avançam na criação de uma experiência centrada no cliente, a expectativa é que novos modelos de atendimento e produtos financeiros surjam para atender às necessidades de um consumidor cada vez mais consciente e exigente.

Para o futuro, a tendência é de que o setor continue a investir em tecnologias que auxiliem os colaboradores no entendimento das necessidades específicas de cada cliente, sem substituir completamente a presença humana no atendimento. Esse equilíbrio entre tecnologia e humanização representa o maior desafio e, ao mesmo tempo, a maior oportunidade para o setor financeiro, que precisa consolidar sua relevância em uma sociedade cada vez mais digital e, ao mesmo tempo, ávida por conexões reais e experiências autênticas.

A transformação do setor bancário já está em curso, e sua continuidade dependerá de como as instituições equilibram suas metas financeiras com a necessidade de fornecer uma experiência mais humana e empática. Afinal, mais do que nunca, os clientes buscam ser reconhecidos como indivíduos únicos – e, para o sucesso de qualquer instituição, reconhecer essa necessidade se tornou essencial.