



## COMO SE DIFERENCIAR EM UM AMBIENTE EMPRESARIAL DO RAMO FINANCEIRO ALTAMENTE COMPETITIVO<sup>1</sup>

Bernardo Ravison<sup>2</sup>, Filipe Sartori<sup>3</sup>, Marcelo Zardin Soares<sup>4</sup>, Gustavo Ramos Pavão<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Trabalho desenvolvido na disciplina de Gestão de projetos do curso de administração da UNIJUÍ

<sup>2</sup> Estudante do curso de administração da UNIJUÍ.

<sup>3</sup> Estudante do curso de administração da UNIJUÍ.

<sup>4</sup> Estudante do curso de administração da UNIJUÍ.

<sup>5</sup> Professor do curso de administração da UNIJUÍ.

**Introdução/Objetivos:** A qualidade do atendimento ao cliente é essencial no setor financeiro, destacando o atendimento humanizado como um diferencial competitivo que aumenta a satisfação e fidelidade dos clientes. Este estudo aborda a personalização e transparência na remuneração como estratégias eficazes em um negócio estabelecido no ramo de investimentos, especialmente em um mercado dominado por grandes instituições financeiras. A qualidade do atendimento ao cliente é essencial para construir confiança e lealdade no setor financeiro. Embora a automação ofereça eficiência, pode frustrar os consumidores (HALFELD; TORRES, 2001). Em contraste, o atendimento humanizado, com contato direto e personalizado, destaca-se como um diferencial competitivo, levando a necessidade de refletir sobre os benefícios dessa estratégia e sua capacidade de aumentar a satisfação e fidelidade dos clientes. (BATESON; HOFFMAN, 2010). Desse modo, este trabalho investiga os benefícios do atendimento humanizado no setor financeiro através de revisão bibliográfica e análise de caso. A pesquisa identifica práticas eficazes e impactos positivos do atendimento personalizado. **Metodologia:** Este estudo se classifica como qualitativo, utilizado de forma conjunta a pesquisa bibliográfica e a análise de um plano de negócios de uma corretora de investimentos a fim de alcançar o objetivo proposto. **Resultados e Discussão:** O setor financeiro no Brasil é dominado por grandes instituições como Itaú, Bradesco, NuBank e Banco Inter. Esses bancos, com vasto capital e público consolidado, enfrentam o desafio de se diferenciar em um mercado competitivo (CASTRO, 2021). Apesar da automação dos atendimentos proporcionada pela tecnologia, clientes sem grandes quantias investidas muitas vezes recebem investimentos desfavoráveis (HALFELD; TORRES, 2001). A estratégia eficaz envolve a aproximação com o público e transparência na remuneração, oferecendo valor ao cliente e optando por taxas pagas diretamente em vez de embutidas nos produtos. **Conclusão:** Estes apontamentos evidenciam que, no setor financeiro brasileiro, a qualidade do atendimento ao cliente é um diferencial competitivo essencial. Embora a automação traga eficiência, pode frustrar clientes com menor capital. O atendimento humanizado, com contato direto e personalizado, aumenta a satisfação e fidelidade dos clientes, permitindo uma abordagem mais transparente e honesta na remuneração. Investir em práticas de atendimento humanizado e transparente é, portanto, uma estratégia eficaz para construir confiança e lealdade em um mercado competitivo.

**Palavras-chave:** Competitividade. Diferencial. Valor.