



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

RAPHAEL WELLINGTON ARAÚJO DOS SANTOS

**EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL: Um estudo
a partir da visão dos graduandos e egressos do curso de Ciências Contábeis da
Universidade Federal de Pernambuco, entre os anos de 2020 a 2022**

RECIFE

2023

RAPHAEL WELLINGTON ARAÚJO DOS SANTOS

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL: Um estudo a partir da visão dos graduandos e egressos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco, entre os anos de 2020 a 2022

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis e Atuariais da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Miguel Lopes de Oliveira Filho

RECIFE
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Santos, Raphael W. A. dos.

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL:
Um estudo a partir da visão dos graduandos e egressos do curso de Ciências
Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco, entre os anos de 2020 a
2022 / Raphael W. A. dos Santos. - Recife, 2023.

36

Orientador(a): Miguel Lopes de Oliveira Filho

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis -
Bacharelado, 2023.

1. bancos. 2. tecnologia disruptiva. 3. transformação digital. 4. fintechs. I.
Oliveira Filho, Miguel Lopes de. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

RAPHAEL WELLINGTON ARAÚJO DOS SANTOS

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL: Um estudo a partir da visão dos graduandos e egressos do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco, entre os anos de 2020 a 2022

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis e Atuariais da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em: 22/05/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Miguel Lopes de Oliveira Filho (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Me. Rodrigo Vaz Gomes Bastos (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Ilka Gislayne de Melo Souza (Examinador Interno)

Universidade Federal da Bahia

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a minha querida esposa Lidianne Andrade, que me deu apoio e foi bastante resiliente nesse período em que tive que dividir minha vida entre os aspectos profissional, pessoal e acadêmico.

Também agradeço imensamente aos amigos que a universidade me trouxe Geraldo, Gustavo, Lucas, Ricardo e Victor, eles demonstram que juntos podemos ser mais fortes.

Agradeço ao amigo Celso Severo pelas valiosas orientações acadêmicas.

Por fim, agradeço a Arthur pela paciência, companheirismo e momentos de diversão nas nossas viagens à universidade e a André e Giovanni por toda ajuda com seus conhecimentos excepcionais.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar a percepção dos alunos e ex alunos de ciências contábeis da UFPE sobre a transformação digital em que os bancos atualmente estão passando. A escolha desde público decorre da sua capacidade de influência sobre clientes bancários no mercado pessoa física e jurídica, pois o profissional contábil presta um serviço importante na consultoria e atendimento a demandas acessórias das empresas. Desta forma, esperou-se projetar o futuro dos bancos tradicionais diante desse processo de competição com instituições financeiras digitais, tituladas *fintechs*. Quanto aos procedimentos metodológicos, este trabalho é descritivo na análise do processo de disrupção no mercado bancário e também quantitativo na abordagem. Para fundamentar o entendimento de que perfil do novo cliente bancário mudou, tornando-se um usuário mais autogerido por meio digitais, foi elaborado um questionário no *google forms* com *link* disponibilizado em grupos de redes sociais de alunos e ex alunos esperando adesão voluntária. Houve 27 amostras na pesquisa e nas respostas destaca-se que todos os entrevistados utilizam redes sociais, tem um nível de maturidade tecnológica significativo e aproximadamente 40% dos entrevistados nunca costumam ir a uma agência bancária tradicional. Por causa da baixa adesão aos questionários, entende-se que pode haver um enviesamento elevado, mas com o complemento a literatura consultada, concluiu-se que as instituições financeiras tradicionais precisam continuar seus investimentos em tecnológica visando manterem-se relevantes para seus clientes, principalmente os mais jovens, ou perderão progressivamente mercado para as *fintechs*.

Palavras-chave: bancos; tecnologia disruptiva; transformação digital; fintechs.

ABSTRACT

The objective of this work was to analyze the perception of students and former students of accounting sciences at UFPE about the digital transformation that banks are currently undergoing. The choice of this public stems from its ability to influence bank customers in the individual and corporate market, as the accounting professional provides an important service in consulting and meeting the ancillary demands of companies. In this way, it was expected to project the future of traditional banks in the face of this process of competition with digital financial institutions, called fintechs. As for methodological procedures, this work is descriptive in the analysis of the disruption process in the banking market and also quantitative in approach. To substantiate the understanding that the profile of the new bank customer has changed, becoming a more self-managed user through digital means, a questionnaire was prepared in Google forms with a link available in social network groups of students and alumni waiting for voluntary adherence. There were 27 samples in the survey and in the responses it is highlighted that all respondents use social networks, have a significant level of technological maturity and approximately 40% of respondents never usually go to a traditional bank branch. Due to the low adherence to the questionnaires, it is understood that there may be a high bias, but with the complement of the literature consulted, it was concluded that traditional financial institutions need to continue their investments in technology in order to remain relevant to their customers, especially the younger ones, or they will progressively lose market to fintechs.

Keywords: banks; disruptive technology; digital transformation; fintechs.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Orçamento em Tecnologia das Instituições Financeira	12
Figura 2 – Composição das transações bancárias por tipo de transação	13

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Frequência Com que Utilizam Bancos	26
Gráfico 2 - Uso de Redes Sociais na Rotina.....	26
Gráfico 3 - Uso de Tecnologias e Aparelhos Com Conexão à Internet	27
Gráfico 4 - Usuários de Banco Digitais e Tradicionais	27
Gráfico 5 - Canais de Atendimento Utilizados nos Bancos Tradicionais	28
Gráfico 6 - Canais de Atendimento Utilizados nos Bancos Digitais.....	28
Gráfico 7 - Uso de Canais Digitais Antes da Pandemia da Covid 19	29
Gráfico 8 - Satisfação dos Usuários com os Canais de Atendimento Bancários	29
Gráfico 9 - Percepção de Segurança dos Canais Digitais dos Bancos	30
Gráfico 10 - Percepção do Grau de Dificuldade no Manuseio dos Canais Digitais dos Bancos	30
Gráfico 11 - Facilidade com que o Usuário Considera a Mudança de Instituição Financeira .	31
Gráfico 12 - Medidas Para Manter a Segurança dos Dados e Acessos	31
Gráfico 13 - Percepção de que os Bancos Tradicionais se Tornarão Totalmente Digitais	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Perfil da Amostra.....	25
----------------------------------	----

LISTA DE SIGLAS

BACEN	Banco Central do Brasil
ESPII	Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional
FEBRABAN	Federação Brasileira de Bancos
FGV	Fundação Getúlio Vargas
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
OMS	Organização Mundial da Saúde
PIX	Pagamento Instantâneo Brasileiro
SARS-CoV-2	Coronavírus (COVID-19)

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 OBJETIVOS	17
1.3.1 Objetivo Geral	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
2.REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 TECNOLOGIA NOS BANCOS.....	18
2.2 IMPACTO NOS CLIENTES	20
2.3 FINTECHS X BANCOS TRADICIONAIS	20
2.4 PERFIS GERACIONAIS E A RELAÇÃO COM OS BANCOS	21
3. METODOLOGIA	23
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	25
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIA	35

1.INTRODUÇÃO

O estudo visa analisar as mudanças e o fenômeno de transformação digital no sistema bancário brasileiro e os impactos nos usuários dos sistemas bancários.

Para tal, foi realizado um estudo bibliográfico sobre o tema para entender e alicerçar a análise do fenômeno que percebemos na rotina dos clientes bancários. Isso é notoriamente percebido nas peças publicitárias e comerciais das grandes mídias de massa e redes sociais.

Não se pode negar que o sistema bancário mudou. Irá, com o passar dos anos, distanciar-se do modelo atual de atendimento aos seus usuários.

Segundo Rocha (2020), CEO da empresa Acesso Soluções Digitais, depois de sancionada a Lei nº 12.865/13 o Brasil encarou uma evolução significativa no processo de ampliação e modernização do sistema bancário. Antes da lei, havia uma maior dependência dos bancos tradicionais. Atualmente os usuários dispõem de ferramentas de atendimento remoto que eliminam a necessidade de deslocamento e fazem seus procedimentos bancários de forma menos burocrática.

Em um estudo promovido pela FEBRABAN (Federação Brasileira de Bancos), evidencia-se cada vez mais a percepção de que com o avanço da tecnologia de inteligência artificial e *Machine Learning*, o cliente bancário poderá, na maioria das vezes, ser dispensado do atendimento humano para ter suas demandas atendidas de forma eficiente, personalizada e ágil durante as 24h do dia¹.

As instituições prestadoras de serviços financeiros estarão cada vez mais presentes na vida dos seus usuários no formato digital e espera-se com esse estudo entender o fato. Também é foco do estudo tentar projetar como poderá ser o futuro deste mercado que está sofrendo um processo disruptivo.

¹ Febraban. (30 de julho de 2017). *Febraban Tech*. (A. L. Nery, Editor) Acesso em 15 de janeiro de 2023, disponível em <https://febrabantech.febraban.org.br/temas/inteligencia-artificial/bancos-aproveitam-inteligencia-artificial-para-entender-melhor-clientes>

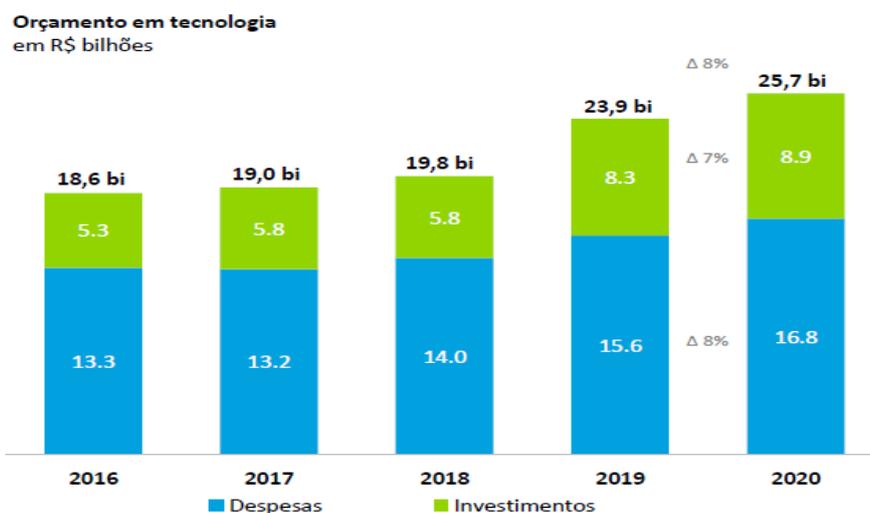
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O segmento bancário está em evolução constante e cresce em uma velocidade incrível. Os clientes bancários acolheram bem o processo. Por este motivo, atualmente o volume de transações bancárias via aparelhos móveis (mobile banking) desceu 20% comparado com 2019 (DELOITTE, 2022).

Um estudo da Deloitte para a Febraban em 2022² mostra esse processo de expansão digital. É evidente o impacto no mercado de forma a aguardar que no futuro próximo, ocupará quase totalmente todo o sistema financeiro.

Uma pesquisa da FGV³ (Fundação Getúlio Vargas) em 2020 mostra que atualmente temos mais smartphones que habitantes no país. Neste cenário, é inevitável haver um maior investimento das empresas para o habitat móvel visando trazer para os usuários de celulares maior capacidade de interação com sua marca e potencializar a receita.

Figura 1- Orçamento em Tecnologia das Instituições Financeira



Fonte: Deloitte (2020, p. 6)

² Febraban. (2021). Acesso em 05 de janeiro de 2023, disponível em <https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>

³ MEIRELLES, F. S. (2022). Acesso em 07 de janeiro de 2023, disponível em https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/fgvcia_pes_ti_2022_-_relatorio.pdf

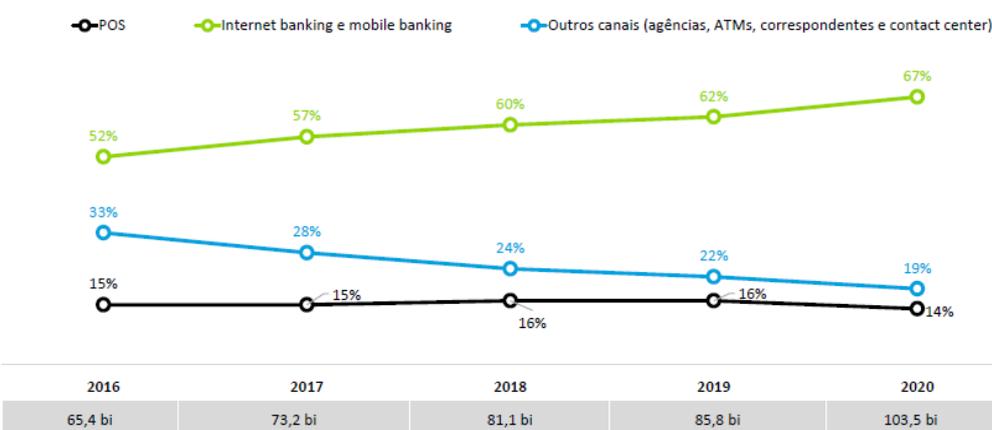
Conforme a figura 1⁴, as instituições financeiras estão investindo bilhões de reais em novas tecnologias tornando o ambiente digital para o cliente cada vez mais seguro e intuitivo.

O investimento das instituições financeiras, conforme o próximo gráfico, apresentou-se como uma estratégia de sucesso. Pois, os resultados estão refletindo na mudança do perfil dos usuários bancários.

Figura 2 – Composição das transações bancárias por tipo de transação

Canais digitais seguem em expansão, enquanto os canais tradicionais perdem espaço na composição do total de transações

Composição das transações bancárias por tipo de canal



Fonte: Deloitte (2020, p. 24)

A figura 2 demonstra que as operações *mobile* e via *internet banking* chegaram a ocupar 67% do volume de operações bancárias. Elas estão tirando o espaço dos demais canais na vida do cliente bancário.

Conforme informações da OPAS (Organização Pan-Americana da Saúde), órgão vinculado a OMS (Organização Mundial da Saúde), em dezembro de 2019, a China começou a sofrer uma crise epidêmica da mutação de um corona vírus SARS-CoV-2 desconhecido pela ciência que foi titulado COVI-19⁵ e que demonstrou-se mortal para um percentual significativo da população.

⁴ Febraban. (2021). Acesso em 05 de janeiro de 2023, disponível em <https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>

⁵ Ministério da Saúde, 08 abril 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>>. Acesso em: 15 janeiro 2023

Em 30 de janeiro de 2020 a epidemia foi declarada uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), devido à situação de disseminação internacional.

Em 11 de março do mesmo ano a COVID-19 foi caracterizada como pandemia. Isso levou vários países a adotar medidas de contenção da propagação do vírus com mecanismos de quarentena para suas populações e fechamento de cidades inteiras. Tais medidas miravam conter a propagação e colapso dos sistemas de saúde locais, mesmo assim, milhões de pessoas no mundo morreram e outras milhões ficaram com sequelas por complicações decorrentes do vírus⁶.

Segundo dados levantados pela Agência Brasil, 46% das empresas adotaram o regime de trabalho remoto, o chamado *home office*. A situação exigiu que empregados e empregadores tivessem que reinventarem-se para sobreviver.

A pandemia da COVID-19 foi um catalisador para o processo de investimento tecnológico de empresas financeiras e não financeiras em resposta ao aumento da demanda pelos canais alternativos em detrimento aos tradicionais. Os desafios que a pandemia trouxe para as pessoas que precisavam manter a rotina de vida o mais próximo da normalidade possível fez com que o cliente fosse “forçado” a aderir ao processo de transformação digital na sua vida⁷.

As instituições financeiras, sensíveis ao processo, atualmente investem pesado no processo de segurança cibernética para manter o processo o mais fácil e intuitivo. Contudo, sem perder o foco na segurança para seus usuários.

Segundo o mesmo estudo, as transações *mobile banking*, transações via smartphones e tablets, agora são a predominância das transações digitais.

E com a implementação do PIX⁸ (pagamento instantâneo brasileiro) a adesão a canais móveis aumentou mais ainda. Principalmente para os comerciantes informais e viram nesta ferramenta a oportunidade de reduzir custos com vendas evitando uso de maquinetas de débito e crédito⁹.

⁶ Organização das Nações Unidas - ONU. (05 de maio de 2022). Acesso em 2023 de janeiro de 2023, disponível em <https://news.un.org/pt/story/2022/05/1788242>

⁷ Embratel. (20 de Julho de 2021). Fonte: Estúdio Folha:

<https://estudio.folha.uol.com.br/embratel/2021/07/pandemia-acelera-revolucao-digital-nas-empresas.shtml>

⁸ Banco Central do Brasil. (s.d.). Acesso em 07 de janeiro de 2023, disponível em <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>

⁹ ASN. (19 de Outubro de 2022). Acesso em 07 de janeiro de 2023, disponível em Agência Sebrae de Notícias: <https://agenciasebrae.com.br/brasil-empendedor/pix-vira-a-principal-forma-de-pagamentos-recebidos-pelos-pequenos-negocios/>

O sistema financeiro brasileiro entrou numa nova fase com a implementação do *OpenBanking*¹⁰ que pretende esquentar ainda mais a concorrência no mercado financeiro nacional. Isso porque o cliente poderá compartilhar dados entre instituições financeiras num ambiente seguro e protegendo seus dados sensíveis. Com o compartilhamento, espera-se haver ofertas personalizadas e mais adequadas aos interesses dos clientes.

E neste contexto de transformação no sistema bancários brasileiro, cabe o questionamento: como está a percepção dos seus usuários mais jovens e os formadores de opinião, a exemplo dos estudantes de ciências contábeis e contadores formados na UFPE?

1.2 JUSTIFICATIVA

Estamos vivendo um período de intensa transformação de processos, nas relações interpessoais e na gestão de negócios rumo ao modelo digital. O impacto é perceptível na rotina da sociedade contemporânea e a pauta das empresas passou a ser a sobrevivência através da transformação digital (ROGER, 2017). Neste contexto, o Fórum Econômico Mundial que ocorreu em 2016 debateu o que foi tabulado como a Quarta Revolução Industrial¹¹, dada a importância desse momento na história da sociedade mundial.

Nesse contexto de “Disrupção Digital” será analisado o enorme desafio das instituições financeiras para adequarem-se para continuar coexistindo e sendo relevantes para os seus usuários (CHRISTENSEN, 2012).

Os bancos surgiram no século XVII¹² da necessidade das pessoas de guardarem seus recursos para serem administrados e protegidos. Logo depois as instituições financeiras passaram a ser os agentes de transferência de recursos de superavitários financeiros para deficitários através de empréstimos a juros. Desta forma, captaram recursos na intermediação das transações e com grande acúmulo de capital tornaram-se as instituições poderosas que conhecemos.

¹⁰ Banco Central do Brasil. (s.d.). Acesso em 07 de janeiro de 2023, disponível em <https://openfinancebrasil.org.br/?cookie=true>

¹¹ Agência Brasil. (20 de janeiro de 2016). Acesso em 05 de janeiro de 2023, disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2016-01/quarta-revolucao-industrial-e-tema-do-forum-economico-mundial-em-davos>

¹² Casa da Moeda do Brasil. (s.d.). Acesso em 05 de janeiro de 2023, disponível em <https://www.casadoeda.gov.br/portal/socioambiental/cultural/origem-do-dinheiro.html#:~>

Por causa do poder e capacidade de intervenção na sociedade os bancos tradicionais vivem uma relação dialética com as sociedades de amor e ódio. Segundo matéria do Diário do Comércio em 2021, as instituições financeiras tradicionais, por serem vistas como instituições bastante conservadoras e burocráticas, ganharam o estigma da sociedade de serem empresas ineficientes e difíceis de lidar.

Com a revolução tecnológica nos últimos anos floresceu novas soluções financeiras, principalmente para os pequenos usuários e de baixa renda. Os impactos na sociedade e sistema financeiros foram grandes e sentidos pelos grandes bancos (FEBRABAN, 2021). Por este motivo, atualmente o fenômeno deste processo impacta na mentalidade dos clientes e na relação destes com as instituições tradicionais.

A facilidade do acesso a tecnologias que passaram a caber na palma da mão das pessoas através dos smartphones e a ampliação da cobertura de internet nas residências e aparelhos celulares, facilitaram o surgimento instituições financeiras chamadas *fintechs*¹³, abreviação do inglês “*financial technology*” (tecnologia financeira) (ROCHA, 2020).

As *fintechs* chegaram para revolucionar o sistema financeiro mundial. Estão, aos poucos, mudando paradigmas da forma como o dinheiro pode ser movimentado entre as pessoas e como consumir os serviços bancários e financeiros.

As empresas menores, geradas em um ambiente de inovação, como as *fintechs*, possuem a capacidade de trazer novidades e revolucionar o mercado em que estão inseridas (CHRISTENSEN, 2012). Em seu estudo sobre os processos inovações tecnológicas disruptivas, faz a afirmação que o processo de implementação de tecnologias disruptivas são facilitadas quando implantas em empresas de menor porte, pois conseguem encarar maiores riscos com maior liberdade e menor custo. Por estes motivos as *Fintechs* passaram a ser reconhecidas pela flexibilidade, eficiência, agilidade e sistemas intuitivos.

O novo mercado abordado nesse trabalho é um ambiente que bancos comerciais tradicionais que passaram a “correr atrás” do atraso. Estão investindo grande capital financeiro e humano para competir com as instituições novas que os tomaram uma fatia de mercado importante.

O fenômeno de transformação digital no sistema bancário no Brasil e no mundo é um processo considerado sem retorno. Isso porque as empresas estão buscando superar os paradigmas das antigas relações com os clientes para sobreviver num mundo onde o

¹³ Banco Central do Brasil. (s.d.). Acesso em 05 de janeiro de 2023, disponível em <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/fintechs>

cliente é o centro de tudo e sua relação não é mais a de consumo de produtos. Passou a ser uma relação de troca de relações de mão dupla, lealdade e defesa da marca (ROGERS, 2016).

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar o fenômeno de transformação disruptiva no mercado financeiro brasileiro no cenário pós Covid-19 e a percepção seus clientes alunos do curso de ciência contábeis da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) ingressos e egressos, em sua maioria, jovens, inseridos em um mundo com a difusão da tecnologia da informação e internet desde o nascimento, com formação em finanças, com maturidade tecnológica elevada e acostumados com redes sociais na sua rotina.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para que possamos analisar e compreender o fenômeno de transformação em que os bancos vêm passando e o seu impacto na rotina dos estudantes de contabilidade e sua percepção sobre esse processo será adotado os procedimentos elencados baixo:

- Apresentar a relevância do processo de transformação digital para a mudança do perfil do cliente bancário no nosso período contemporâneo;
- Dissertar sobre alguns estudos de casos e o fenômeno de transformação digital contínuo na vida os clientes bancários e o que poderá trazer para o futuro segundo ponto de vista de autores acadêmicos.
- Expor as mudanças que os bancos tradicionais vêm apresentando frente à concorrência com novos *players* e *fintechs* para manterem a relevância para seus usuários e a sociedade.
- Analisar o perfil socio econômico dos estudantes entrevistados;
- Examinar o tipo dos serviços utilizados pelos alunos e seu grau de conhecimento sobre estes serviços; e

- Exibir a percepção dos alunos sobre estes serviços bancários por meio presencial e digital (internet banking e aplicativos para smartphones).

2.REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TECNOLOGIA NOS BANCOS

O fenômeno contemporâneo de avanço tecnológico no sistema bancário brasileiro foi analisado através da revisão de pesquisas de mercado promovida pelo órgão da classe bancária FEBRABAN, complementado com estudos promovidos por teóricos que se debruçaram no tema.

A sociedade contemporânea vive um processo acelerado de inovação tecnológica que está ressoando em vários aspectos sociais e econômicos. Este fenômeno é algo que está ocorrendo em vários segmentos de negócios e no mundo do trabalho, como aponta Almeida.

O mundo dos negócios vem se transformando ou, em muitos casos, se adaptando às mudanças trazidas pelas inovações disruptivas. Essa revolução tecnológica pode, literalmente, engolir empresas e atividades profissionais, principalmente, as atividades repetitivas sujeitas à automatização ou computadorização (ALMEIDA, 2020, p.1).

Os bancos estão em constante inovação tecnológica. Visam ampliar a segurança e manter a relevância no mercado bastante competitivo, Rezende fala que:

O setor bancário opera em um ambiente complexo e competitivo, caracterizado por condições mutáveis, altamente dinâmicas e em rápida evolução devido à inovação tecnológica. A Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) tornou-se fundamental para as estratégias bancárias, ampliando a competitividade local e global (REZENDE *et al.*, 2021 p 2).

Nesse processo de competição por mercados no sistema financeiro brasileiro, as instituições bancárias estão adotando uma estratégia de adequação ao novo perfil de clientes. Práticas pretéritas de marketing já não funcionam com os novos consumidores. Estes são mais instruídos, conhecedores de tecnologias e atuante através das redes sociais. (ROGERS, 2016).

As tecnologias inovadoras que causam um processo de disrupção foi um estudo promovido pelo Clayton M. Christensen (CHRISTENSEN, 2012). O seu estudo irá

contribuir para entender o impacto das tecnologias bancárias que estão em um processo de migração dos processos tracionais de atendimento por agências para os smartphones.

Para análise quantitativa dos investimentos em tecnologia e buscar a visão dos bancos sobre o processo de digitalização foi adotado a pesquisa FEBRABAN promovida em 2022. A pesquisa foi elaborada com 24 bancos e 34 executivos.

A pesquisa supracitada afirma que 91% dos entrevistados alavancaram os canais digitais como principal meio de relacionamento. Enquanto isso, 87% afirmam que a expectativa dos clientes em relação aos canais digitais é o impulso necessário para o processo de digitalização dos bancos.

“As tecnologias de ruptura trazem a um mercado uma proposição de valor muito diferente daquela disponível até então” (CHRISTENSEN, 2012). As tecnologias disruptivas são aquelas que, em algum momento, criarão um paradigma no mercado consumidor e emergir diante das demais tecnológicas existentes até então.

Neste cenário tecnológico nascem as *fintechs*, e assim o mercado bancário entrou num ciclo irreversível de avanços tecnológicos.

Fintechs são empresas que introduzem inovações nos mercados financeiros por meio do uso intenso de tecnologia, com potencial para criar modelos de negócios. Atuam por meio de plataformas online e oferecem serviços digitais inovadores relacionados ao setor. (FEITOSA, 2020. p 10).

O processo de disrupção tecnológica no sistema bancários brasileiro se dá na expansão de novos canais de atendimento aos clientes visando melhorar a experiência dos seus usuários.

Atualmente as instituições financeiras estão implementando inteligência artificial e aumentando investimento em tecnologias da informação – TI¹⁴.

Segundo mesma pesquisa FEBRABAN, “A Inteligência Artificial tem a capacidade de melhorar a eficiência, aumentar a diferenciação e influenciar a experiência do cliente, sendo uma das principais apostas dos bancos para 2022.”¹⁵

¹⁴ Em uma pesquisa promovida pela FGV estima-se que os bancos gastaram e investiram em tecnologias da informação de 32 bilhões de reais. Um aumento de 11% quando comparado ao ano de 2021. FEBRABAN, 2021. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>>. Acesso em: 05 janeiro 2023. p 52

¹⁵ FEBRABAN, 2021. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>>. Acesso em: 05 janeiro 2023.

2.2 IMPACTO NOS CLIENTES

Atualmente o processo de conquista dos clientes tornou-se alvo do marketing e planejamento estratégico das corporações:

[...] as empresas estão preocupadas em encontrar meios de se casar com os clientes e aumentar esse custo de troca, o que implica criar valores para fazer com que as pessoas se disponham a pagar mais e continuem sendo clientes por mais tempo [...] as empresas gastam muito dinheiro para manter seus clientes atuais. Quando um cliente fica insatisfeito, a empresa perde, para sempre, o lucro de todas as compras futuras daquele cliente” (WILSON apud Ribeiro, 2005, p 21).

Na pesquisa de Ribeiro 2005 o cliente foi estudado segundo a teoria do comportamento para esclarecer o processo de decisão pela aquisição de produtos e serviços.

As ciências do comportamento focalizam três disciplinas: Antropologia, Psicologia e Sociologia, além de outras disciplinas acadêmicas tradicionais, como 23 Economia, Psiquiatria, História, e a algumas áreas aplicadas como a Gerência, a Administração de Empresas, o Comportamento do Consumidor e o Marketing. (RIBEIRO, 2005, p. 22).

Visando a perenidade da receita, as instituições financeiras buscam fidelizar os clientes com investimentos bilionários em TI, esperam manterem-se ativos e suprir das demandas dos usuários, evitando a perda de imagem por falhas de segurança ou sistêmicas no uso dos aplicativos e *internet banking*. A imagem de excelência tecnológica é o diferencial competitivo esperado por todas empresas do setor.

Segundo Guimarães *et al.* (2021) os clientes estão cada vez mais exigentes e possuem maior acesso à informação. Com isso, as gerências das empresas precisam conseguir combinar inovação e suprir o valor que os clientes buscam nos seus produtos e serviços. A inovação é hoje a chave para um bom relacionamento com o cliente.

2.3 FINTECHS X BANCOS TRADICIONAIS

Para este trabalho foi utilizado a definição de “bancos tradicionais” os bancos múltiplos que proporcionam atendimentos por canais presenciais (agências ou lojas), como também por meios remotos (aplicativos para *smartphones* e *internet banking*).

Com o incremento das *fintechs* o mercado bancário entrou em uma efervescência competitiva. Desde a crise de 2008 *startups* prestadoras de serviços bancários destacam-se por ofertar serviços inovadores e disruptivos no mercado financeiro brasileiro, tais

instituições financeiras se ampliaram no mercado exponencialmente desde então (FEITOSA, 2020).

Alguns bancos tradicionais estão investindo em *startups* esperando mitigar a perda de mercado ocupado pelas *fintechs* e utilizam tais empresas para experimentações e pesquisa de novos produtos e serviços (FEITOSA, 2020). Já a pesquisa de Christensen (2012) demonstra que empresas “gigantes de mercado” obtêm melhores chances de sucesso quando investem em empresas menores para conquistar novos espaços.

De acordo com Christensen (2012) uma gestão enxuta (característica de muitas *startups*), com custos reduzidos e motivada diante de receitas menores, consegue eficiência significativamente maior, quando necessitam implementar tecnologias disruptivas.

O BACEN (Banco Central do Brasil) atualmente vem implementando políticas para aquecer a competição entre as instituições financeiras. Um exemplo é o *Open Banking*¹⁶ e o PIX.

Segundo a FEBRABAN (2021)¹⁷ o sistema de pagamento instantâneo – PIX trouxe maior competição para o mercado bancário digital. É uma ferramenta fácil, sofisticada e reduz o custo para pequenos negócios. Desde seu lançamento até o ano da pesquisa a adesão ao PIX chegou a mais de 93 milhões de usuários.

Com o PIX os usuários multi “bancarizados” podem enviar recursos entre os bancos 24h sem custos. Assim, tornaram-se menos dependentes dos bancos tradicionais. Também *Open Banking* aqueceu o ambiente de competição, o compartilhamento de dados tornou as ofertas de produtos e serviços mais efetivas e personalizadas.¹⁸ Essas tecnologias são a oportunidade para as *Fintechs* atraírem os clientes de bancos tradicionais com menor custo.

2.4 PERFIS GERACIONAIS E A RELAÇÃO COM OS BANCOS

O estudo tomou como base a maturidade tecnológica ao longo das gerações e foi adotado o conceito dos perfis geracionais:

¹⁶ BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em: <<https://openfinancebrasil.org.br/?cookie=true>>. Acesso em: 07 janeiro 2023.

¹⁷ FEBRABAN, 2021. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>>. Acesso em: 05 janeiro 2023

¹⁸ FEBRABAN, 2021. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>>. Acesso em: 05 janeiro 2023

Os termos Veteranos, Baby Boomers, Nativos Digitais, Geração Z, Y e X, Geração Polegar e Geração Alfa têm ganhado notoriedade nas discussões entre pesquisadores (Tapscoot 2010; Briscoe et al. 2012; Coelho 2012; Kopperschmidt 2000; Lévy 1999; Azevedo 2016; Palfrey e Gasser 2011; Sinek 2020 *apud* Penso 2020) de todo o mundo face às grandes mudanças de comportamento de cada geração, frente ao uso de produtos e serviços inerentes à evolução das tecnologias de informação, especialmente aquelas utilizadas via web (ZANINELLI *et al.*, 2022, p. 2).

O processo de transformação digital em que a sociedade contemporânea está inserida impacta em todas as gerações. Cada uma possui sua percepção do fenômeno e reage de alguma forma:

Diante dessa realidade, torna-se fundamental e estratégico para as organizações de diversos setores conhecer as características das diferentes gerações e desenvolver serviços e produtos adequados às necessidades de cada grupo de usuários que são formados por diferentes gerações (ZANINELLI *et al.*, 2022, p. 2).

As instituições financeiras também adotam perfis de atendimento considerando os perfis geracionais. De acordo com um estudo da Pymnts (2022) a geração Y e Z passaram a ser um percentual maior da base de clientes dos bancos e as instituições financeiras de toda América Latina estão de olho nas preferências desses públicos.

No mesmo estudo destaca-se que a geração X está acostumada a operar com até dois bancos. Enquanto isso, a geração *millennials* recorreu a várias entidades para suprir suas necessidades de experiência bancárias e a geração Z não costumam ter um relacionamento forte com nenhum banco.

Neste contexto, as *fintechs* e bancos tradicionais, estão buscando ocupar um espaço maior entre a geração mais jovem, menos fiel a empresas e adeptos a autoatendimento com principal meio para os serviços financeiros.

3. METODOLOGIA

Para entender o fenômeno de transformação digital foi estudado livros, artigos científicos, *papers*, dissertações, materiais de pesquisas de empresas e teóricos que estudaram previamente o tema deste trabalho. A abordagem através de uma exposição dissertativa, com uso das metodologias monográfica, histórica, descritiva, analítica, intensiva e funcionalista.

Foram analisados dados dos relatórios gerados pela FEBRABAN sobre a evolução digital para alicerçar, ilustrar e enriquecer o trabalho dissertativo.

Também visando o complemento da análise foi elaborado um questionário na plataforma *google forms* com um pequeno grupo amostral visando testar as premissas levantadas com base no material. O público para aplicação do questionário, foram os alunos do curso de ciências contábeis da UFPE, ingressos e egressos do curso.

O questionário é composto por questões referentes ao perfil socioeconômico dos respondentes, como também questões de múltipla escolha e uma afirmação com grau de concordância usando a escala *likert*.

Os questionários foram disponibilizados para que pudessem ser respondidos voluntariamente, através de *link* em grupos de *Whatsapp* composto por alunos ingressos e egresso. Também foi disponibilizado um *link* no grupo do *Facebook* Coordenação Virtual da Graduação em Ciências Contábeis da UFPE composto por 1180 membros até a data de 08/04/2023, e predominantemente de alunos e ex alunos.

A opção pelo público de alunos e ex alunos de ciência contábeis é motivada pelo entendimento de que se trata de um público que costuma exercer influência sobre seus clientes pessoas física e jurídica em suas atividades de consultoria e atendimento contábil.

Sendo assim, a percepção deste público sobre como as instituições financeiras funcionam e sua importância para eles enquanto usuários e para seus clientes são algo relevante para o estudo.

Conforme Virtuoso e Martins (2018), os contadores são essenciais para seus negócios, não apenas na escrituração contábil e serviços acessórios, mas também como “um profissional que agrega valor, espírito investigativo, consciência crítica e sensibilidade ética”. Merlo e Pertuzatti (2005, p.2) apud (VIRTUOSO & MARTINS, 2018)

Esperou-se com o questionário entender o fenômeno de migração dos clientes das plataformas tradicionais (agências físicas) para o meio digital, principalmente no público mais instruído e jovem.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O perfil dos respondentes do questionário está apresentado na tabela 1. O grupo com 27 pessoas, na sua maioria, são pessoas do gênero masculino e com faixa etária entre 20 e 25 anos. Todos são alunos e ex-alunos do curso de ciências contábeis. Mais de 50% falam pelo menos uma língua estrangeira, predominantemente o inglês.

Tabela 1- Perfil da Amostra

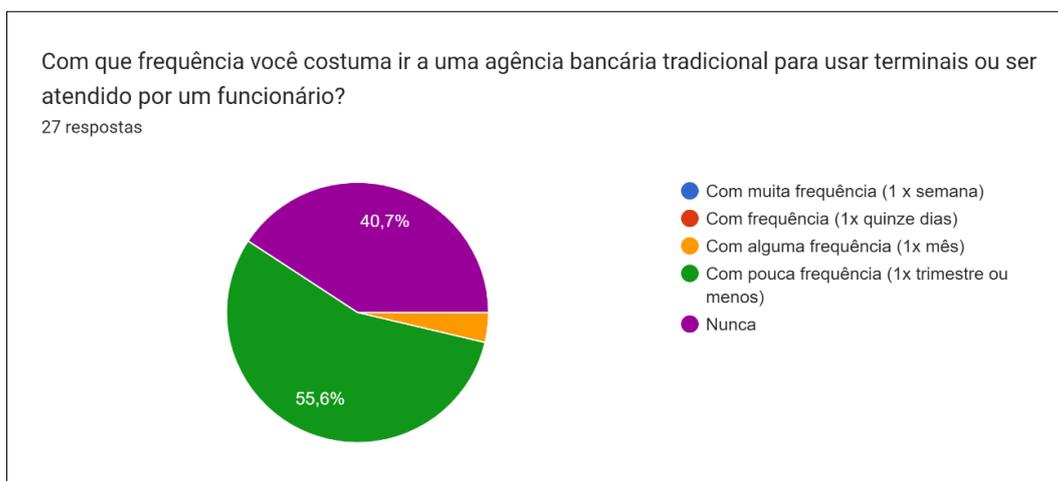
Característica	Categoria	Ocorrência	%
Idade	De 18 a 19	1	03,70%
	De 20 a 25	17	62,96%
	De 26 a 35	6	22,22%
	De 36 a 45	2	07,41%
	De 46 a 55	0	00,00%
	Acima de 56	1	03,70%
Gênero	Feminino	10	37,04%
	Masculino	17	62,96%
	Não binário	0	00,00%
Situação acadêmica	Estudante	19	70,37%
	Ex aluno	8	29,63%
Situação Profissional dos estudantes	Apenas estuda	0	00,00%
	Estuda e trabalha formalmente	11	57,89%
	Estuda e faz estágio ou pesquisa	8	42,11%
Conhecimento de língua estrangeira	Sim	14	51,85%
	Não	13	48,15%
Conhecimento de língua estrangeira:	Inglês	14	100,00%
	Espanhol	1	07,14%

Fonte: O Autor (2023)

Nos gráficos 2 e 6 se destaca que 100% são usuários de redes sociais e utilizam aparelhos *smartphones*. Mais de 92% (gráfico 4) possuem contas em bancos digitais e mais de 40% (gráfico 1) nunca costumam ir a uma agência bancária.

Quanto ao uso de tecnologias na rotina, o gráfico 3 demonstra que 100% das amostras são de usuários que costumam lidar com aparatos tecnológicos e com alguma tecnologia de conexão com a internet em suas residências.

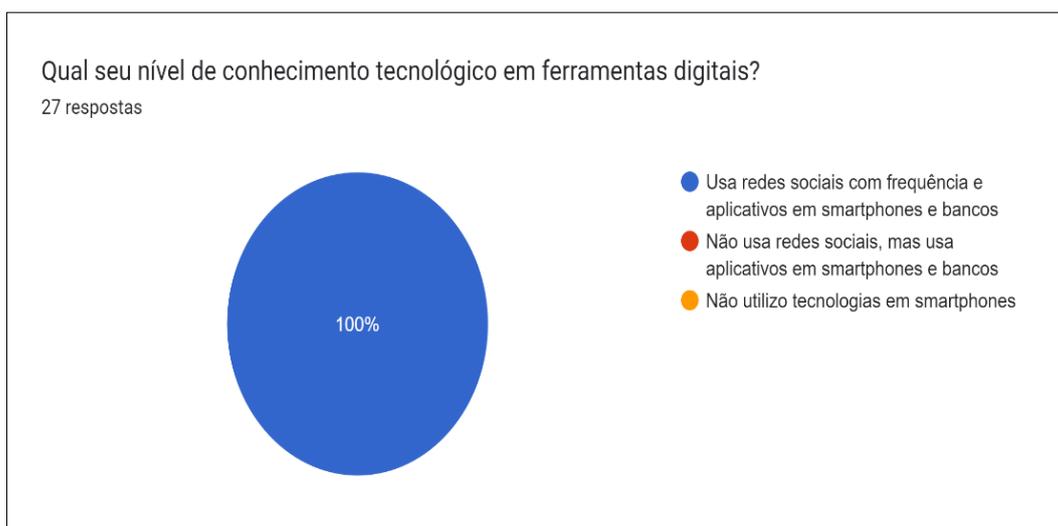
Gráfico 1 - Frequência Com que Utilizam Bancos



Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

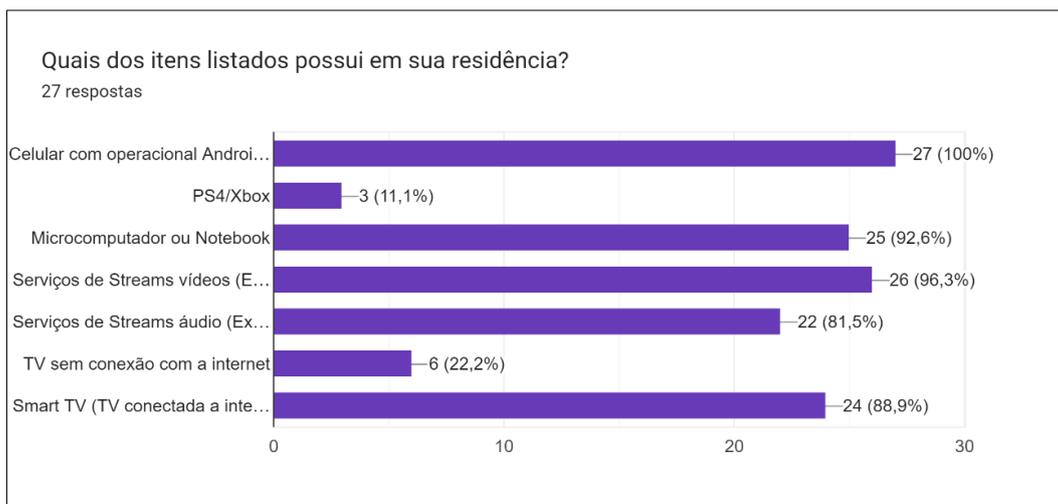
Gráfico 2 - Uso de Redes Sociais na Rotina



Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Gráfico 3 - Uso de Tecnologias e Aparelhos Com Conexão à Internet

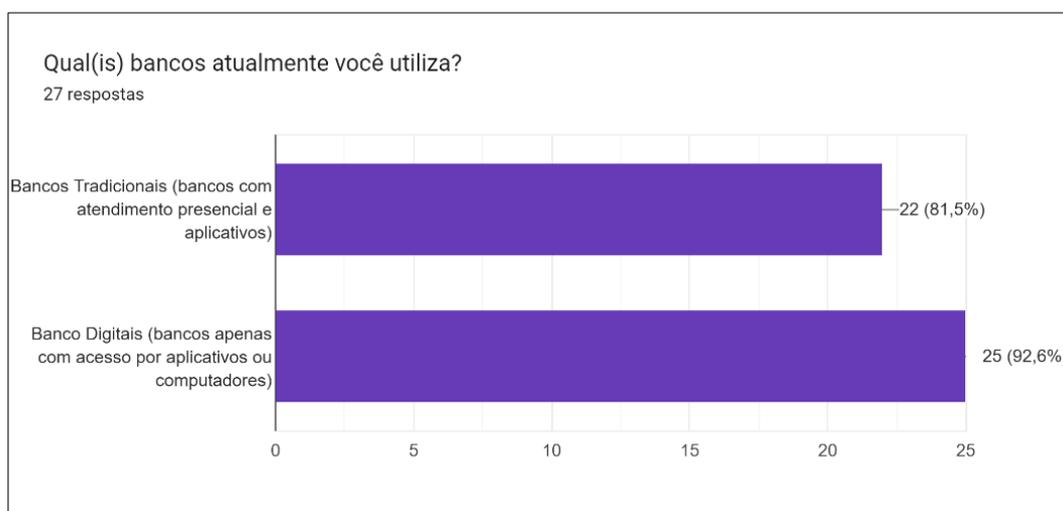


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Quanto ao uso de bancos digitais e tradicionais, as amostras que constam no gráfico 4 demonstram a predominância dos bancos digitais. Porém, é constatado que a maioria utiliza ambos os tipos de instituições financeiras.

Gráfico 4 - Usuários de Banco Digitais e Tradicionais

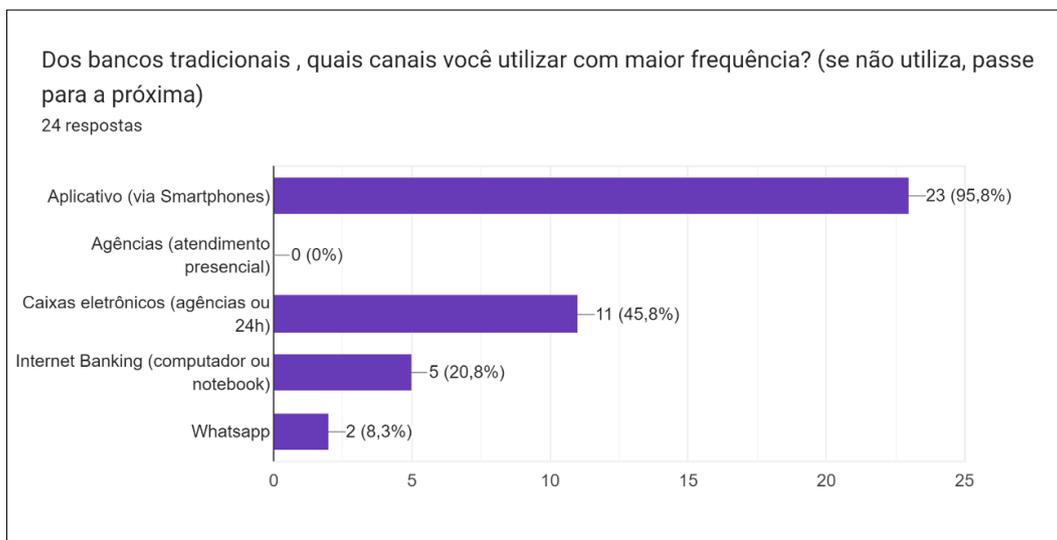


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Mesmo possuindo contas em brancos tradicionais, as amostras que constam no gráfico 5 evidenciam que maioria dos usuários fazem suas consultas e transações por meio de aplicativos para *smartphones*.

Gráfico 5 - Canais de Atendimento Utilizados nos Bancos Tradicionais

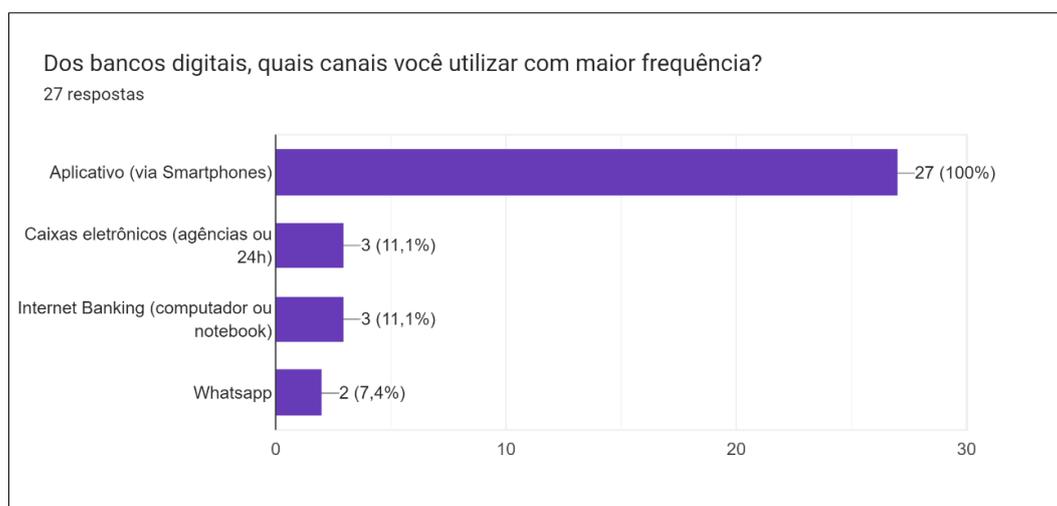


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifYhvz8snAt3Vr8>

Nos bancos digitais, 100% dos usuários, conforme dados contidos no gráfico 6, utilizam aplicativos para *smartphones*.

Gráfico 6 - Canais de Atendimento Utilizados nos Bancos Digitais

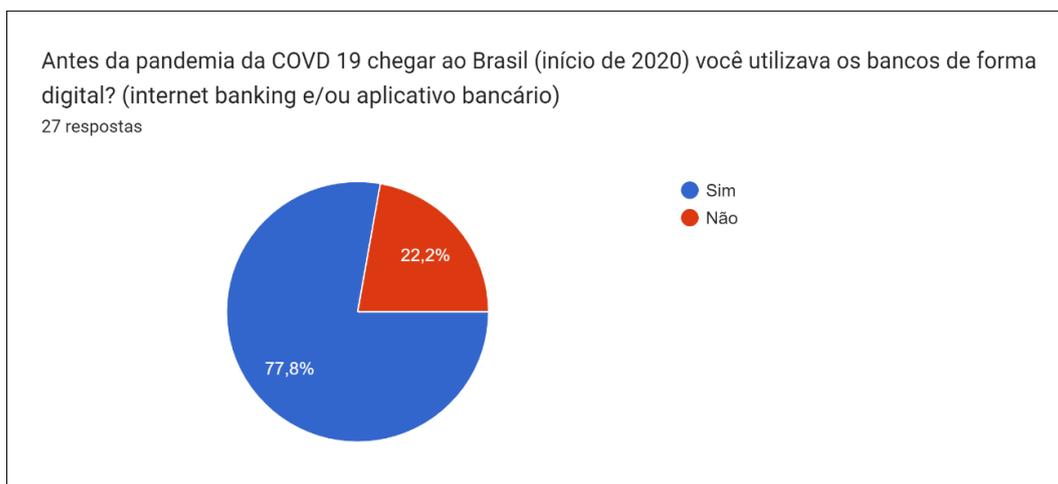


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifYhvz8snAt3Vr8>

Sobre o incremento de usuários em canais digitais dos bancos, ocasionada pela pandemia da covid 19, constata-se no gráfico 7 que aproximadamente 22% dos usuários não utilizavam aplicativos e internet banking antes da pandemia.

Gráfico 7 - Uso de Canais Digitais Antes da Pandemia da Covid 19

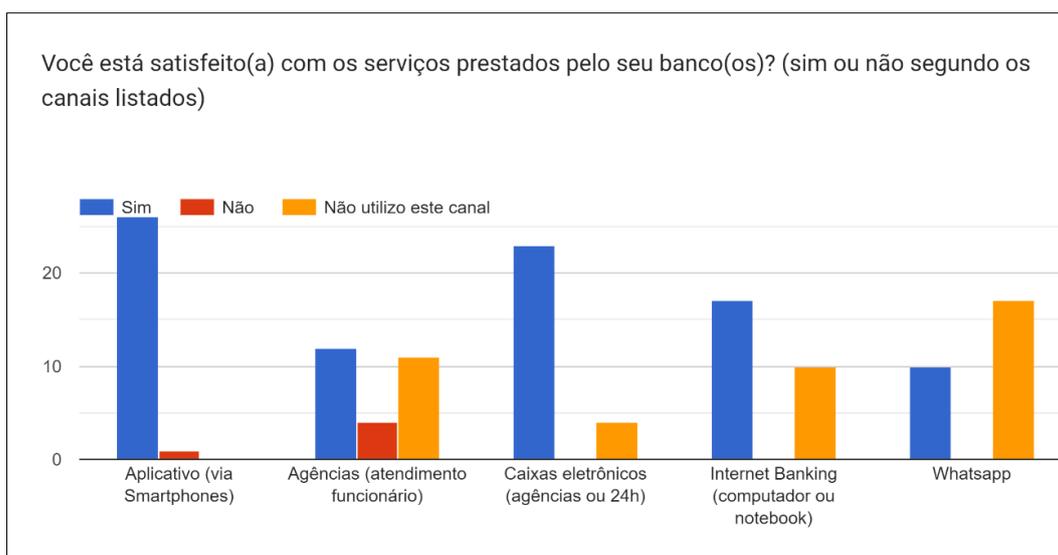


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

No acesso aos canais de atendimento bancários, os usuários da amostra, conforme gráfico 8, se demonstram mais satisfeitos com os canais de atendimento digitais, com ênfase nos aplicativos, internet banking e terminais de autoatendimento.

Gráfico 8 - Satisfação dos Usuários com os Canais de Atendimento Bancários

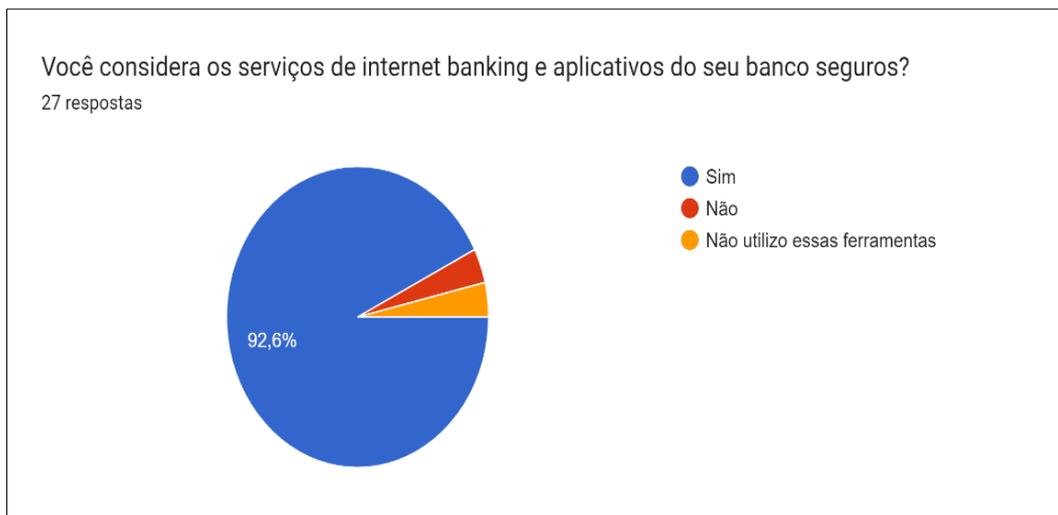


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

No gráfico 9 é demonstrado que a maioria dos usuários da pesquisa consideram os aplicativos e internet banking seguros e fáceis de utilizar.

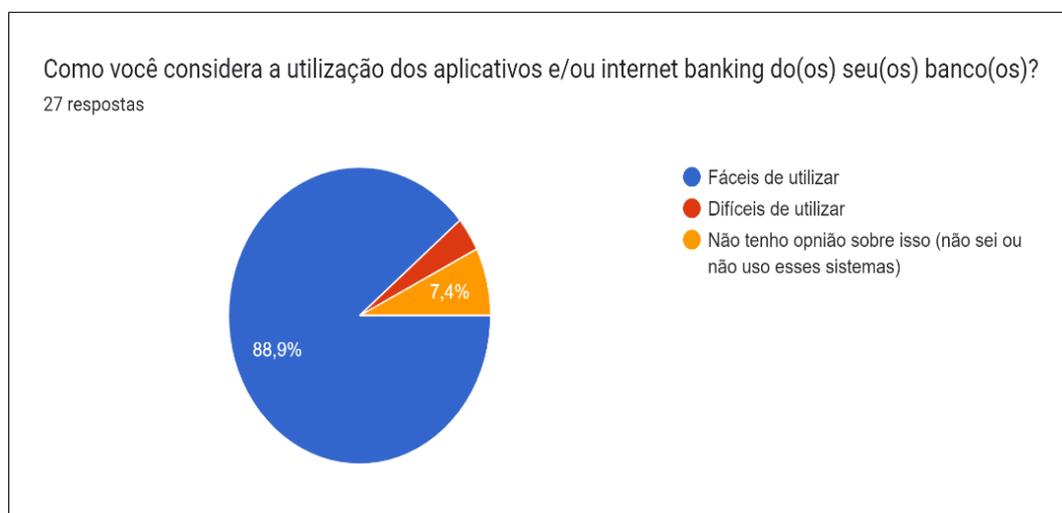
Gráfico 9 - Percepção de Segurança dos Canais Digitais dos Bancos



Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Gráfico 10 - Percepção do Grau de Dificuldade no Manuseio dos Canais Digitais dos Bancos

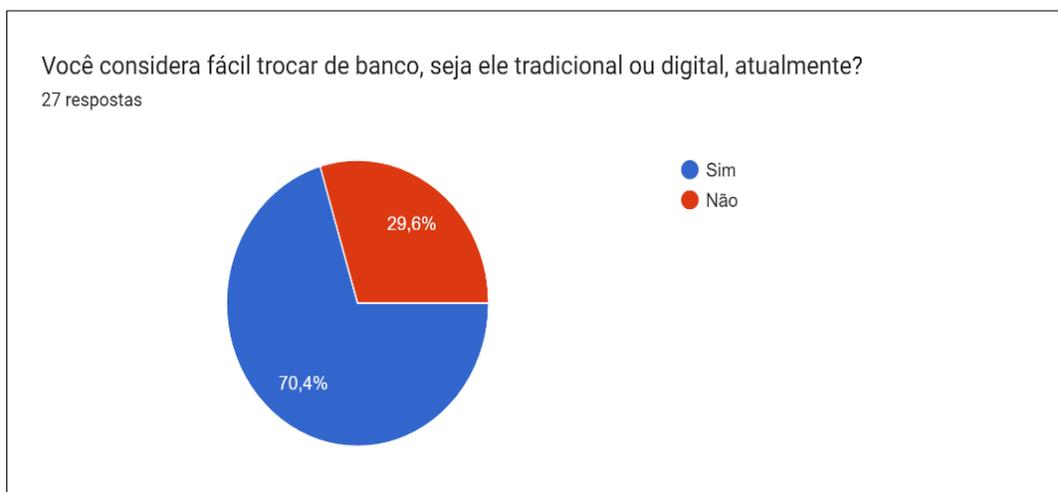


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Quando perguntado sobre a dificuldade com o que os usuários teriam para mudar de instituição financeira, mais de 70% dos entrevistados, conforme gráfico 11, afirmam ser fácil troca de banco atualmente.

Gráfico 11 - Facilidade com que o Usuário Considera a Mudança de Instituição Financeira

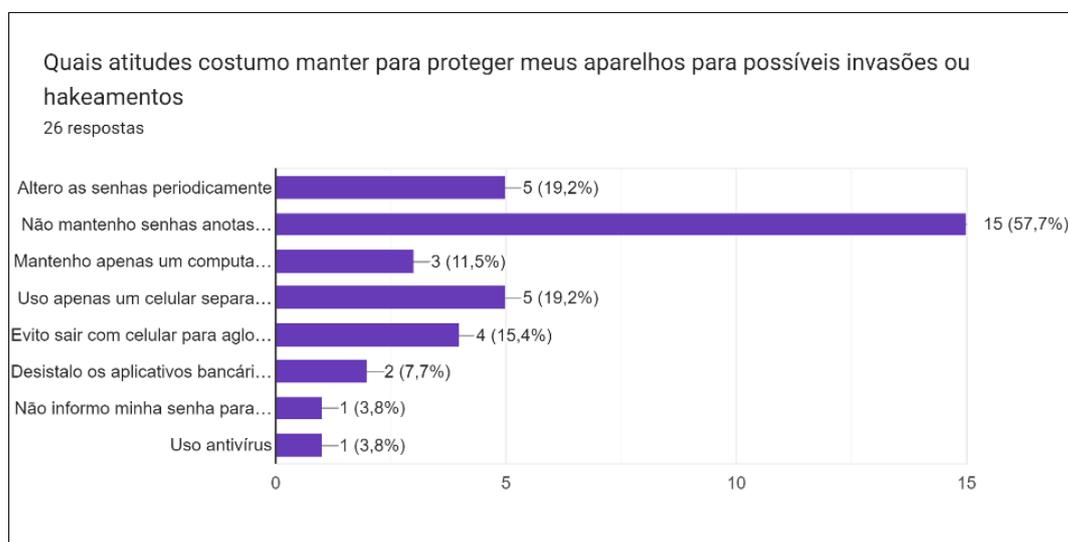


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Também os usuários foram questionados sobre os cuidados que tomam para manterem suas contas seguras. No gráfico 12 evidencia-se que todos os entrevistados que utilizam algum canal digital tomam alguma das medidas listadas para proteger seus dados de acesso aos bancos.

Gráfico 12 - Medidas Para Manter a Segurança dos Dados e Acessos

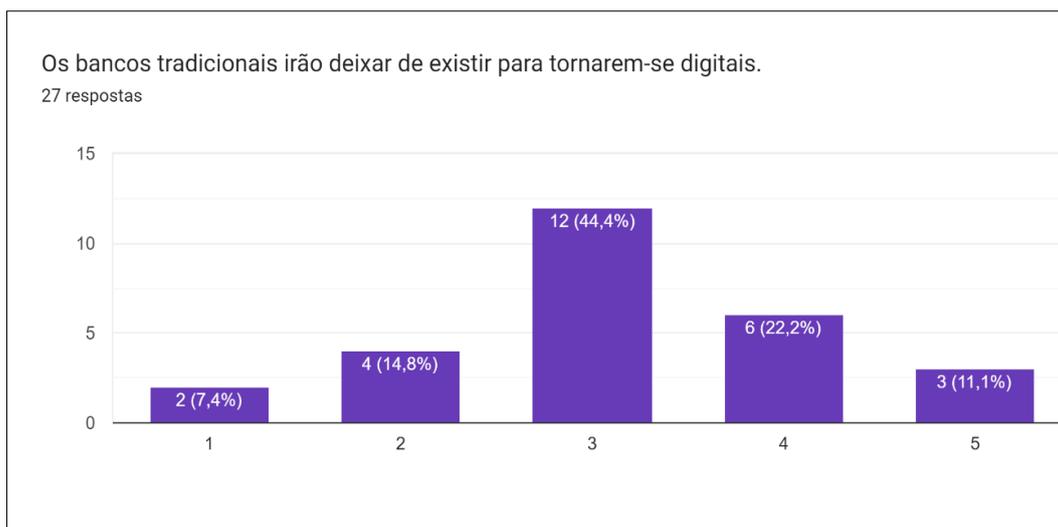


Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

Por fim, no gráfico 13, na questão de múltipla escolha com uso da escala *likert* os usuários foram questionados sobre sua percepção de que os bancos tradicionais deixarão de existir para tornarem-se digitais. A maioria demonstrou convicção neutra sobre a afirmativa.

Gráfico 13 - Percepção de que os Bancos Tradicionais se Tornarão Totalmente Digitais



Fonte: O Autor (2023)

Dados: <https://forms.gle/YifFYhvz8snAt3Vr8>

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As instituições financeiras precisaram manter-se atentas ao novo perfil de seus clientes para sobreviverem num mercado bastante competitivo.

Os bancos digitais e o uso das tecnologias disruptivas tornou-se uma questão bastante importante para qualquer planejamento estratégico. Os setores estratégicos das instituições financeiras sabem que a fidelização da sua clientela requer mais investimento. Os clientes bancários tornaram-se bastante exigentes e sabem que podem trocar de instituição financeira com grande facilidade.

O público entrevistado para o trabalho é um público jovem, composto de contadores em formação acadêmica ou formados. Por tratar-se de um público com capacidade de influenciar pessoas físicas e jurídicas nos assuntos financeiros, sua percepção sobre o processo de digitalização do sistema financeiro é de bastante relevância para a pesquisa.

Também, pela geração de nativos digitais ocuparem cada vez mais espaço na economia e nas decisões da sociedade contemporânea, as instituições financeiras precisarão criar estratégias para manterem a relevância e eficiência, possivelmente abdicando dos formatos tradicionais no futuro.

O tema é bastante recente, por este motivo existe pouca literatura sobre o assunto neste trabalho. Também deverá ser considerada a pouca adesão aos questionários, o que poderá enviesar a pesquisa. A dificuldade apresentada neste cenário poderá ser resolvida com futuros trabalhos e artigos acadêmicos utilizando maior quantitativo de amostras e análises estatísticas mais precisas.

Apesar das ressalvas acima, pondera-se que o fenômeno de transformação digital, com ênfase na migração de instituições financeiras tradicionais para sistemas totalmente digitais e o fim dos atendimentos presenciais com funcionários, ainda é incerto. Mas os questionários apenas corroboram o estudo da literatura deste trabalho, que demonstram

que os usuários mais jovens possuem grande afinidade com os canais digitais e pouca empatia com os atendimentos presenciais das agências.

Sendo assim, infere-se que futuramente novos trabalhos sobre o tema poderão demonstrar maior certeza quanto a extinção do formato tradicional de atendimento dos bancos.

REFERÊNCIA

- AGÊNCIA BRASIL, 20 janeiro 2016. Disponível em:
<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2016-01/quarta-revolucao-industrial-e-tema-do-forum-economico-mundial-em-davos>>. Acesso em: 05 janeiro 2023.
- AGÊNCIA BRASIL, 28 julho 2020. Disponível em:
<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adoptado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>>. Acesso em: 06 fevereiro 2023.
- ALMEIDA, J. E. F. Revolução tecnológica no mundo dos negócios e algumas oportunidades e desafios na área contábil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 2020. 1.
- ASN. **Agência Sebrae de Notícias**, 19 Outubro 2022. Disponível em:
<<https://agenciasebrae.com.br/brasil-empendedor/pix-vira-a-principal-forma-de-pagamentos-recebidos-pelos-pequenos-negocios/>>. Acesso em: 07 janeiro 2023.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em:
<<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/fintechs>>. Acesso em: 05 janeiro 2023.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em:
<<https://openfinancebrasil.org.br/?cookie=true>>. Acesso em: 07 janeiro 2023.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em:
<<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>>. Acesso em: 07 janeiro 2023.
- CASA DA MOEDA DO BRASIL. Disponível em:
<<https://www.casamotoeda.gov.br/portal/socioambiental/cultural/origem-do-dinheiro.html#:~>>. Acesso em: 05 janeiro 2023.
- CHRISTENSEN, C. M. **O Dilema da Inovação: Quando as Novas Tecnologias Levam Empresas ao**. Tradução de Laura Prates Veiga. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2012.
- DIÁRIO DO COMÉRCIO. Diário do Comércio. **Diário do Comércio**, 01 outubro 2021. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/opiniaofintechs-x-bancos-tradicionais-briga-de-gigantes/>>. Acesso em: 06 fevereiro 2023.
- DJALMA SILVA GUIMARÃES JÚNIOR, R. J. A. S. C. H. M. D. S. J. E. V. M. J. F. J. C. D. M. A Percepção da Inovação Tecnológica em Serviços e a Fidelização de Clientes: uma análise do setor de serviços bancários. **Revista Gest@o.org**, Recife, 2021. 232-249.
- EMBRATEL. **Estúdio Folha**, 20 Julho 2021. Disponível em:
<<https://estudio.folha.uol.com.br/embratel/2021/07/pandemia-acelera-revolucao-digital-nas-empresas.shtml>>.

- FEBRABAN. Febraban Tech, 30 julho 2017. Disponível em: <<https://febrabantech.febraban.org.br/temas/inteligencia-artificial/bancos-aproveitam-inteligencia-artificial-para-entender-melhor-clientes>>. Acesso em: 15 janeiro 2023.
- FEBRABAN, 2021. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>>. Acesso em: 05 janeiro 2023.
- FEITOSA, C. D. M. G. B. Transformação digital: o impacto das fintechs na performance financeira do mercado bancário brasileiro, BRASÍLIA/DF, 2020.
- LAKATOS, EVA MARIA, MARINA DE ANDRADE MARCONI. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MEIRELLES, F. S. **Pesquisa do Uso da TI - Tecnologia de Informação nas Empresas**. Fundação Getúlio Vargas. [S.l.], p. 190. 2022.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE, 08 abril 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>>. Acesso em: 15 janeiro 2023.
- OPAS - ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 06 fevereiro 2023.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU, 05 maio 2022. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2022/05/1788242>>. Acesso em: 2023 janeiro 2023.
- PYMNTS. PYMNTS.com. **PYMNTS.com**, 09 março 2022. Disponível em: <<https://www.pymnts.com/news/international/latin-america/2022/how-millennial-gen-z-consumers-are-shaping-latin-americas-digital-first-banking-future/>>. Acesso em: 12 março 2023.
- REZENDE, L. P. F. D.; SILVA, F. F.; CROCCO, M. Tecnologia de comunicação e informação no setor bancário brasileiro: a funcionalidade importa? **Cadernos EBAPE.BR**.
- RIBEIRO, W. H. P. TECNOLOGIA BANCÁRIA: um estudo de caso sobre o comportamento e a satisfação do consumidor, Taubaté – SP, 2005.
- ROCHA, D. D. H. Varejo S.A. **CNDL**, 24 novembro 2020. Disponível em: <<https://cndl.org.br/varejosa/a-modernizacao-do-setor-financeiro/>>. Acesso em: 2023 fevereiro 2023.
- ROGERS, D. L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital**. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 1ª. ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
- VIRTUOSO, G. C.; MARTINS, Z. B. Percepção dos Empresários sobre a Evolução do Perfil do Contador. **Research, Society and Development**, 08 março 2018. 18. Acesso em: 08 abril 2023.
- ZANINELLI, T.; FONSECA, D. L. D. S.; CALDEIRA, G. Veteranos, Baby Boomers, Nativos Digitais, Gerações X, Y e Z, Geração Polegar e Geração Alfa. **Brazilian Journal of Information Studies: Research trends**, 2022.