



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL - UERGS
UNIDADE EM CACHOEIRA DO SUL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

THIAGO GABRIEL FLORES

**PERCEPÇÕES DOS ASSOCIADOS E COLABORADORES DA AGÊNCIA
SICREDI CENTRO SERRA DE CERRO BRANCO QUANTO À UTILIZAÇÃO DOS
CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO PÓS PANDEMIA DO NOVO
CORONAVÍRUS (COVID-19)**

CACHOEIRA DO SUL

2022

THIAGO GABRIEL FLORES

**PERCEPÇÕES DOS ASSOCIADOS E COLABORADORES DA AGÊNCIA
SICREDI CENTRO SERRA DE CERRO BRANCO QUANTO À UTILIZAÇÃO DOS
CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO PÓS PANDEMIA DO NOVO
CORONAVÍRUS (COVID-19)**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Administração na Universidade Estadual do
Rio Grande do Sul, Unidade em Cachoeira do
Sul

Orientador (a): Prof.^a Dr.^a Estéfani Sandmann
de Deus

Cachoeira do Sul

2022

THIAGO GABRIEL FLORES

**PERCEPÇÕES DOS ASSOCIADOS E COLABORADORES DA AGÊNCIA
SICREDI CENTRO SERRA DE CERRO BRANCO QUANTO À UTILIZAÇÃO DOS
CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO PÓS PANDEMIA DO NOVO
CORONAVÍRUS (COVID-19)**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Administração na Universidade Estadual do
Rio Grande do Sul.

Orientador (a): Prof^a Dra. Estéfani Sandmann
de Deus

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Orientador (a): Prof.^a Dr.^a Estéfani Sandmann de Deus

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS Estefani

Avaliador (a): Prof. Dr. João Carlos Coelho Junior

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Avaliador (a): Prof. Dr. Nilson Binda

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, entidade cósmica reguladora da ordem no universo e todos os seres de energias positivas que através da fé me confortam.

Agradeço a minha família e amigos. Obrigado pelos momentos de alegria e todas as doses de motivação.

Agradeço a meus padrinhos. Obrigado pelos vários conselhos e seções de discussões.

Agradeço a todos meus professores, em especial a minha orientadora. Obrigado por serem meu suporte para concluir mais essa etapa da minha vida. Sem vocês eu não conseguiria.

Agradeço meus colegas e associados do Sicredi. Obrigado pela colaboração.

Agradeço ao meu amor. Obrigado por todos os “empurrãozinhos” para que eu estudasse.

Agradeço minha mãe. Obrigado por todo o apoio recebido, a semente plantada quando recebi o tão sonhado kit de canetinhas de 24 cores na primeira série está rendendo frutos, neste momento concretizo a tua grande vontade que não lhe foi oportunizada de formar na faculdade.

RESUMO

A evolução do setor financeiro é constante e desde a segunda década do século XXI passa por um movimento de transformação digital. E, com o surgimento do coronavírus este processo acabou sendo impulsionado. O presente trabalho buscou verificar as percepções geradas pela pandemia do coronavírus quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS. A pesquisa utilizou como método o estudo de caso, de caráter exploratória que recorreu ao uso das abordagens qualitativa e quantitativa em sua metodologia. Para a coleta dos dados primários foram realizados questionários com sócios e colaboradores da entidade, e para os dados secundários foi utilizado referências bibliográficas e observação *in loco*. Os dados coletados permitiram que o objetivo do trabalho fosse satisfatoriamente alcançado. Em síntese, as análises demonstraram impacto de baixa a moderada intensidade, conforme a percepção dos associados. Se evidenciou que a maioria dos associados tem acesso à internet e aparelho adequado, porém muitos ainda não utilizam os canais digitais de atendimento do Sicredi, o que leva à necessidade de projetos de inclusão e educação digital. Quanto à análise da percepção dos colaboradores foi constatado baixo impacto nos âmbitos pessoal e psicológicos, porém no que diz respeito ao profissional foram grandes as mudanças, implicando em um grau de impacto maior.

Palavras chaves: Coronavírus; Transformação digital; Canais digitais de atendimento;

ABSTRACT

The evolution of the financial sector is constant and since the second decade of the 21st century it has been undergoing a movement of digital transformation. And, with the inevitable of the coronavirus, this process ended up being boosted. The present work sought to verify those generated by the coronavirus pandemic regarding the use of digital service channels at the Cerro Branco branch of the Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS. The research used as a case study method, an exploratory one that resorted to the use of qualitative and quantitative approaches in its methodology. For the collection of primary data, meetings were held with members and collaborators of the entity, and for secondary data, bibliographical references were used. and on-site observation. The data collected allowed the objective of the work to be achieved satisfactorily. In summary, the analyzes analyzed have a moderately low impact, according to the perception of the associates. It is evident that most associates have access to the internet and adequate equipment, but many still do not use Sicredi's digital service channels, which leads to the need for digital inclusion and education projects. As for the analysis of the workers' perception, a low impact was found in the personal and psychological spheres, but with regard to the professional, the changes were great, implying a greater degree of impact.

Keywords: Coronavirus; Digital transformation; Digital service channels;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gênero.....	29
Figura 2 - Qual sua faixa etária?.....	30
Figura 3 - Qual seu nível de instrução?	30
Figura 5 - Há quantos anos você reside em Cerro Branco?.....	31
Figura 6 - Há quantos anos você é associado do Sicredi Cerro Branco?	32
Figura 7 - Área de atuação.....	32
Figura 8 - Qual sua faixa etária?.....	32
Figura 9 - Quantas vezes você contraiu o Coronavírus?	33
Figura 10 - Localização do município de Cerro Branco no estado do Rio Grande do Sul	37
Figura 11 - Distribuição da população de Cerro Branco.	37
Figura 12 - Intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou âmbito financeiro.....	42
Figura 13 - Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito Pessoal:	42
Figura 14 - O número médio de vezes que você vai até agência em um mês diminuiu em comparação ao período que antecedeu a pandemia?	43
Figura 15 - Com que frequência você escuta rádio?	43
Figura 16 - Quantas vezes em uma semana você utiliza algum aparelho eletrônico citado anteriormente?	44
Figura 17 - Qual das opções expressa o número de vezes que em uma semana você acessa algum canal de atendimento digital como Internet banking ou aplicativo para celular e tablet?.....	45
Figura 18 - Selecione o seu canal de atendimento preferido dentre os citados:.....	45
Figura 19 - Qual a principal dificuldade que você percebe na utilização dos canais digitais de atendimento do Sicredi?	46
Figura 20 - Você apresenta alguma dessas sequelas?.....	49
Figura 21 - Aponte a intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito pessoal:	49
Figura 22 - Aponte a intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao contexto profissional:	50
Figura 23 - Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito a esfera psicológica:	50
Figura 24 - Qual o nível de preocupação com o impacto do coronavírus na sua empresa?.....	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BANCOOB	Banco Cooperativo do Brasil
BANRISUL	Banco do Estado do Rio Grande do Sul
BANSICREDI	Banco Cooperativo Sicredi
BCB	Banco Central do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CGI.BR	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CNI	Confederação Nacional das Indústrias
DOC	Documento de Ordem de Crédito
FEBRABAN	Federação Brasileira de Bancos
FENABAN	Federação Nacional dos Bancos
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IoT	Internet das Coisas
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
OMS	Organização Mundial da Saúde
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
RS	Rio Grande do Sul
SENAES	Secretaria Nacional de Economia Solidária
SICREDI	Sistema de Crédito Cooperativo
CPS	Sistemas Ciber Físicos
TECBAN	Tecnologia Bancária
TED	Transferência Eletrônica Disponível
UERGS	Universidade Estadual do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	OBJETIVOS.....	11
2.1	OBJETIVO GERAL.....	11
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3	JUSTIFICATIVA.....	12
4	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....	13
4.1	O SURGIMENTO DO CORONAVÍRUS E SUAS CONSEQUÊNCIAS.....	13
4.2	TRANSFORMAÇÃO DIGITAL.....	16
4.3	COOPERATIVISMO.....	21
4.4	CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO.....	23
5	METODOLOGIA.....	27
5.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	27
5.2	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA E TÉCNICAS DE COLETA.....	28
5.3	TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	34
6	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	35
6.1	SISTEMA SICREDI.....	35
6.2	CERRO BRANCO.....	36
6.3	A COOPERATIVA DE CRÉDITO DE LIVRE ADMISSÃO DE ASSOCIADOS SICREDI CENTRO SERRA RS E A AGÊNCIA DE CERRO BRANCO.....	38
6.4	PERCEPÇÕES E CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS (COVID-19) NA ROTINA DOS SÓCIOS DO SICREDI CENTRO SERRA.....	42
6.4.1	PONDERAÇÕES DO AUTOR.....	46
6.5	PERCEPÇÕES E CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS (COVID-19) NA ROTINA DOS COLABORADORES DO SICREDI CENTRO SERRA.....	48
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
8	REFÊRENCIAS.....	56
9	APÊNDICES.....	60

1 INTRODUÇÃO

Era final do ano de 2019 quando surgiu em Wuhan, na China, indícios acerca de um novo vírus. O patógeno denominado Coronavírus, devido ao seu aspecto de coroa (causador da doença popularmente chamada de Covid-19), até então desconhecido. Ele surgiu e modificou profundamente a forma de organização da sociedade em escala mundial, não apenas de ordem biomédica e epidemiológica, mas também repercussões e percepções de impactos sociais, políticos, culturais, históricos e econômicos sem precedentes na história recente.

Consequentemente se fez necessário um processo de adaptação ao isolamento social indicado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). No sistema financeiro não foi diferente. Esse é um setor onde a evolução é constante e desde a segunda década do século XXI passa por um processo de transformação digital, também chamada de Revolução 4.0, que vem se desenvolvendo nos tempos atuais. Devido à persona consumidor que vem evoluindo e sendo modernamente conceituados devido a tal comportamento por autores da área de consumidores 4.0. Esse movimento se utiliza de tecnologia em função de dar velocidade à resposta, prover um atendimento personalizado, melhorar o desempenho e aumentar o alcance, priorizando a experiência dos usuários e muito por causa desses.

Inserido nesse meio, o Sicredi Cerro Branco é uma agência da Cooperativa de Crédito Centro Serra que pertence ao Sistema de Crédito Cooperativo – Sicredi. Fundada em 21 de agosto de 1927 no município de Agudo é uma sociedade de adesão voluntária, com a participação econômica democrática dos seus membros, na autonomia e independência, princípios basilares de sua gestão. A área de atuação da agência é Cerro Branco, pacata cidade localizada na Região Central do Rio Grande do Sul. O município teve aprovada sua emancipação com a Lei Estadual nº 8.628, de 12 de maio de 1988 e tem área total é de 158,765 km². Em 2020, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população estimada era de 4.706 habitantes, localizados em sua maioria em área rural. Estão instaladas junto a cidade, além da cooperativa de crédito mencionada, apenas uma agência bancária do Bancária do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul). O município tem como principal atividade geradora de renda a agricultura, sendo as culturas de arroz, soja e fumo as suas maiores fonte de arrecadação, cultivados majoritariamente em pequenas propriedades rurais que variam de 5 a 30 hectares. Em 2020, o salário médio mensal era de 2.3 salários mínimos.

Devido à grande demanda de acesso aos canais de atendimentos a cooperativa disponibilizou aos associados mecanismos voltados ao autoatendimento, canais digitais como Internet Banking, aplicativos de serviços financeiros, redes sociais e caixas eletrônicos, sempre buscando uma melhor experiência de uso. De acordo com pesquisa da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN (2020) os números em relação a utilização de tais canais são 24% maiores em 2019 do que no ano anterior e com expectativas futuras de índices recordes. Todavia, evoluções provocam disruptivas e assim impactos a curto e longo prazos que trazem consigo pontos positivos e negativos.

A partir do exposto, este trabalho verificou quais as percepções dos associados e colaboradores sobre os impactos gerados pela pandemia do novo Corona vírus com relação aos canais de atendimento do Sicredi Centro Serra. Portanto, o presente estudo se baseou na problemática de identificar as percepções gerados pela pandemia do coronavírus quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS. A metodologia utilizada foi exploratória na qual se fez uso das abordagens qualitativa e quantitativa. Para a coleta dos dados primários e secundários foram realizados além de questionários com sócios e colaboradores da entidade também referências bibliográficas e observação *in loco*.

Para tanto, o trabalho está organizado em sete capítulos: 1. Introdução, 2. Objetivos, 3. Justificativa, 4. Referencial bibliográfico, 5. Metodologia, 6. Resultados e Discussão, 7. Considerações Finais, referencial bibliográfico e apêndices.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Verificar as percepções dos colaboradores e associados quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS após a pandemia do coronavírus.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Analisar o histórico do sistema Sicredi, a cooperativa Centro Serra, a agência de Cerro Branco e seus canais de atendimento;
- b) Coletar os dados referentes as percepções dos colaboradores e associados do Sicredi Centro Serra RS em relação a utilização de meios de atendimento digitais;
- c) Analisar a percepção dos colaboradores e associados do Sicredi Centro Serra com relação aos canais de atendimento após a Pandemia do Coronavírus (Covid-19);

3 JUSTIFICATIVA

São incontáveis as transformações que a pandemia do Coronavírus provocou em toda sociedade, na área financeira não é diferente. O grande salto tecnológico que, embora em menor grau, já vinha progredindo ao longo das últimas décadas, teve grande impulso na segunda década do século XXI. Quando em 2019 fomos todos surpreendidos pela pandemia do Covid-19, o isolamento social trouxe consigo uma série de percepções nas mais diversas áreas. Considerando o cenário de instabilidade e de incerteza estabelecido, se iniciaram, então, as ações de contramedidas.

A demanda crescente por parte da população do uso dos meios digitais para realização de serviços financeiros despertou a curiosidade do estudo, incentivando esse projeto de pesquisa. O objetivo é entender as percepções da comunidade, caracterizando os benefícios e demonstrando os possíveis problemas presentes na sociedade. A vontade de quantificar e expor tais percepções no campo de pesquisa do demarcado para assim servir de base de dados para aumentar a eficiência dos atendimentos dos sócios foi também uma das justificativas já que o pesquisador é colaborador da cooperativa.

Com a missão do Sicredi de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos associados e da sociedade, a instituição é comprometida e não mede esforços para impactar positivamente a sociedade através de doações, programas sociais e de outras diversas formas. Por me incluir nesse ambiente de cooperação (como colaborador do Sistema Sicredi) e permitir que eu me desenvolva ao aprofundar o entendimento sobre o tema. Foi motivador poder entender com mais detalhes o ambiente atual e propor melhorias, pois o exercício da solidariedade transita pela experiência da coparticipação comunitária.

Também o presente estudo visa unir os objetivos do trabalho de conclusão de curso na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS do curso de Administração com as ações e programas desenvolvidos na Cooperativa Sicredi Centro Serra RS, empresa objeto desta pesquisa. Essa análise é uma forma de colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante todo o período acadêmico concomitante ao desenvolvimento de habilidades práticas e atividades em prol da comunidade em geral com projetos que poderão ser aplicados em benefícios desses sempre buscando contribuir para a comunidade acadêmica.

4 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

Para alcançar os objetivos propostos contou-se com as contribuições teóricas de autores para os seguintes temas: em relação ao tema coronavírus, Vallejos, Thompson e Bezerra, Martins, Sinay e Gonçalves, Clavellina, Cecchetti e Schoenholtz, Cordeiro, Oliveira e Duarte; sobre a transformação digital: Schwab, Rogersm Simão Filho e Pereira, Heidrich. Sobre o cooperativismo: Palhares, Pinhol, Abreu, Carlos Roberto Grohs. Por fim, em relação ao temas de canais digitais foram referencias: Carlos Roberto Grohs, Castro, Genovez, Baicu , Siemens, Costa e Carvalho.

4.1 O SURGIMENTO DO CORONAVÍRUS E SUAS CONSEQUÊNCIAS

Em dezembro de 2019 a OMS foi notificada do aumento considerável de supostos casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China, (Thompson, 2020; Bezerra, et al., 2020). Em poucas semanas o isolamento social passou de uma medida local para uma medida global, tornando-se o método mais eficaz no combate à disseminação da nova pandemia: a Covid-19 (Who, 2020).

Em artigo publicado pelo *The Financial Times*, o historiador e escritor israelense Yuval Noah Harari (2020) comenta que a crise global desencadeada pelo novo coronavírus possui uma forte tendência transformadora. A humanidade, ainda coadjuvante dessas mudanças, precisou se adaptar rápido. Quem pode ficar em casa assim o fez, já, quem não pode, em função de exercer atividade essencial, precisou arriscar sua saúde; até a vacina ser distribuída e aplicada com efetividade na população. Esse período durou cerca de um ano, pois a primeira aplicação da vacina em um programa de imunização em larga escala no mundo ocorreu em oito de dezembro de 2020, no Reino Unido (CNN, 2022).

O documento da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS/OMS) considera que toda população está sujeita a sofrer tensões e angústias em graus distintos, uma vez que “[...] do ponto de vista da saúde mental, uma epidemia de grande magnitude implica em uma perturbação psicossocial que pode ultrapassar a capacidade de enfrentamento da população afetada” (OPAS/OMS, 2009, p. 4). O cuidado com a saúde mental deve estar na lista de prioridades neste período de isolamento e distanciamento social.

A Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) publicou uma cartilha com recomendações gerais para a saúde mental durante a pandemia. A cartilha explica que algumas das reações mais frequentes nesse período é o medo (de contrair a doença e de infectar outras pessoas), a angústia, a solidão, a tristeza, a insônia. Para reverter esse quadro, o documento sugere que a população invista no diálogo (mantendo ativa a rede socioafetiva), nos exercícios físicos (mesmo que em ambiente restrito), na meditação, na leitura, na participação em ações solidárias (presenciais ou à distância). O leque de possibilidades é vasto e pode ajudar a amortecer a sobrecarga de informações (Brasil, 2020).

Com o isolamento social, vários setores da economia foram afetados abruptamente pela baixa do consumo de seus produtos (IPEA, 2020), o que veio a agravar a queda do Produto Interno Bruto (PIB), que já vinha apresentando uma leve baixa. No Brasil, o setor mais atingido foi o de serviços, que representa 70% do PIB nacional, consequentemente o desemprego aumentou 27,6% nos primeiros quatro meses de pandemia, conforme o IBGE (Campos, 2020).

Martins, Sinay e Gonçalves (2020) retratam que a pandemia de Covid-19 alterou o nível de atividade econômica e mudou hábitos de consumo e investimento, causando impactos nos bancos brasileiros e não conseguindo mais projetar as receitas de intermediação financeira pelos modelos anteriores.

Pode-se atestar que o isolamento social (quarentena) impacta diretamente a necessidade das famílias em todas as atividades em que há interações diretas entre as pessoas e grande parte do setor de serviços (Cecchetti; Schoenholtz, 2020). Com isso, a perda de renda por parte das famílias e empresas poderá aumentar a carteira vencida dos bancos e outras instituições financeiras.

O vírus espalhou-se com rapidez pelo planeta, transformando as relações interpessoais para um novo status: online e off-line. É evidente que a efervescência do mundo digital já fazia parte da vida em sociedade. No entanto, surpreendidos por um momento atípico, a situação não apresenta tanto conforto como antes. A sociedade encontra-se refém deste novo status e a sensação de que o controle da situação foi perdido tem visitado constantemente o cotidiano das pessoas (Pondé, 2020).

Buscando superar os efeitos da pandemia, os bancos tiveram que se reinventar, por exemplo, adaptar-se ao modelo de operação das *fintechs* (abreviação de *financial technology* ou tecnologia financeira). De acordo com Cordeiro, Oliveira e Duarte (2019), elas são definidas

pela Comissão Europeia como uma inovação tecnológica que transformaram significativamente as transações do sistema financeiro.

Em seu reporte para serviços financeiros, através do relatório da indústria Google (2020) é apresentado a consolidação dos termos mais pesquisados (*google trends*) sobre serviços financeiros no Google Brasil durante o mês de março de 2020 (início da pandemia de Covid-19). O reporte informa que mensalmente são feitas 150 milhões de buscas sobre o setor no Google Brasil. Dessas buscas, 85 milhões são por produtos e serviços financeiros 33 como conta fácil, cartão gratuito e corretoras de investimento, 37 milhões são buscas institucionais por bancos e 26 milhões por serviços e atendimento. Tanto buscas pelos grandes bancos incumbentes quanto por players digitais tiveram grande aceleração a partir de março de 2020, com uma leve força maior para os tradicionais; ambos apresentaram crescimento de buscas comparado ao primeiro trimestre de 2019.

Vallejos et al. (2020) consolida as medidas adotadas pelo Sistema Financeiro Nacional (SFN) para minimizar os impactos da pandemia de Covid-19 na economia brasileira. Conforme Vallejos et al. (2020), no meio de março, o Banco Central do Brasil (BCB) publicou a Circular nº 3.991 do ano de 2020, restringindo o horário de atendimento ao público nas dependências das instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar enquanto perdurasse a situação de risco à saúde pública decorrente do Covid-19. E, no final de março de 2020, a Fenaban (Federação Nacional dos Bancos) informou que mais de 230 mil bancários estavam trabalhando em casa, em sistema de home office, durante a pandemia de Covid-19, expandindo exponencialmente o atendimento bancário remoto.

À vista disso, a busca por outros recursos pode representar uma saída criativa. Karnal (2020) comenta que a “[...] a esperança é sempre a vitória da vontade de um mundo melhor”. Por essa razão, o exercício da esperança também pode ser apresentado como um alento para a humanidade, visto que a incerteza em relação à retomada da vida em sociedade e ao fim do isolamento social. Contudo, esta não pode ser uma esperança qualquer.

Para Freire (1992, p. 110-111) “É preciso ter esperança, mas ter esperança do verbo esperar; [...]. Esperançar é se levantar, [...] ir atrás, [...] construir, [...] não desistir! [...] esperançar é juntar-se com outros para fazer de outro modo”. Ao exercitar a esperança proposta por Freire (1992), almeja-se que a humanidade solidifique o desejo do “fazer acontecer”, visto que “[na] sua essência, a esperança é, antes, um horizonte que se descortina, um apelo que nos convida a caminhar e a ir sempre adiante [...]” (Rocha, 2007, p. 259). Também se espera que o

espírito colaborativo ascenda em prol dos que mais necessitam de assistência, seja esta econômica, social, psicológica, física ou emocional e que a união de esforços conquistados/retomados durante esse período não seja perdida na pós-pandemia (Cortella, 2020).

4.2 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O termo transformação digital tem sido frequentemente debatido em tempos atuais. Trata-se de um processo pelo qual as empresas estão passando desde a popularização da internet e visa aumentar o alcance de sua área de cobertura, bem como garantir melhores resultados. Tal movimento acontece, segundo publicação do sítio Interface comunicação empresarial, desde meados da década de 1990, quando a internet passou por um “boom”, deixando de ser restrita para fins militares e passou a ser de uso empresarial e doméstico.

Tais mudanças têm fortes influências no todo social e individual e dizem respeito a uma nova época em que as relações sociais, econômicas e de produção se tornaram frágeis, de curta duração e maleáveis, como os líquidos. Zygmund Bauman define a modernidade líquida a partir da concepção do estado líquido, tal como lemos nesta passagem de sua obra *Modernidade Líquida*:

O que todas essas características dos fluidos mostram, em linguagem simples, é que os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o torna irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal preenchem apenas por um momento (BAUMAN, 2000, p. 8).

Segundo Manuel Castells, o modelo de sociedade em rede se adapta bem às configurações do que ele próprio classifica como capitalismo informacional: a circulação da informação é rápida e dinâmica, e graças a essa velocidade, novidades estão presentes o tempo todo, tornando a instabilidade constante o padrão do mercado. O autor questiona como a internet mudou o modo com as pessoas utilizam os meios de comunicação, com a internet usada cada vez mais para acessar os meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornais), bem como qualquer forma de produto cultural ou informativo digitalizado (Castells, 1999).

A crise causada pela Covid-19 acelerou o ritmo destas transformações provocando mudanças no comportamento das pessoas, cada vez mais interconectadas. Atualmente, se

valoriza a minimização do tempo para resolver problemas e efetuar tarefas rotineiras. Segundo notícia veicula no sítio de internet de notícias da Globo, ainda como parte do redesenho de funções e estratégia de recuperação em função da Covid-19, 41% dos executivos estão investindo em esforços de transformação digital, enquanto 31% estão focados em e-commerce.

Segundo o pensamento de Rogers (2018), o uso de ferramentas digitais está mudando a maneira como os clientes descobrem, avaliam, compram e usam os produtos. Essa transformação digital também muda a maneira como as empresas encaram a concorrência, pois competem não apenas com os rivais tradicionais do próprio setor, mas também com empresas de outros setores de atividade, que brigam pelo mesmo cliente com suas ofertas digitais.

Todavia evoluções provocam disrupturas e assim impactos a curto e longo prazo que trazem consigo pontos positivos como alguns apontados, mas também negativos a exemplo da desconfiança de golpes, a exclusão digital devido a inacessibilidade da internet em alguns pontos, a acentuação do analfabetismo digital, a redução da mão de obra, dentre outros que serão tratados.

A digitalização dos serviços financeiros tem histórico de expansão e foi também bastante impactada pela pandemia tendo exponencial aceleração, confirma pesquisa publicada pela FEBRABAN que aponta em sua pesquisa que após o início da pandemia cerca de 60% dos pesquisados afirmam ter passado a utilizar mais os canais virtuais, 27% usam como antes e apenas 8% diminuíram o uso deste recurso.

A tecnologia tomou conta dos tempos atuais e se torna cada vez mais indispensável para as pessoas. Com o avanço tecnológico, os computadores e celulares estão cada vez mais tecnificados, as redes sociais mais simples e completas e as pessoas mais conectadas. Os resultados desse processo são evidentes, sendo que essas transformações mudaram o cenário social na busca pela melhoria e pela facilitação da vida e das práticas dos indivíduos.

Para Simão Filho e Pereira (2014, p. 45) as revoluções industriais são definidas em função da evolução e transformação de dois vetores: a tecnologia e organização social. Em 1760 tivemos a primeira Revolução Industrial, quando surge a máquina a vapor e o desenvolvimento do pensamento econômico liberal através das obras de Adam Smith. Elas trazem uma investigação sobre a natureza e a causa da riqueza das nações. A segunda revolução foi impulsionada pela criação da linha de montagem e pela adoção de métodos cartesianos na administração de empresas através das obras literárias de Frederick Winslow Taylor, no início

do século XX. Já, a terceira, surgiu da organização social impulsionada na década de 1950 por meio do plano Marshall que através de investimentos resultou na robotização e automação dez anos mais tarde.

A revolução tecnológica implicará na transformação de toda a sociedade. Devido a sua escala, escopo e complexidade a Quarta Revolução Industrial é muito diferente de tudo o que já presenciamos anteriormente (Schwab, 2016). Pode-se afirmar que as três primeiras revoluções industriais ocorreram num período dentro de 200 anos, mesmo havendo divergência sobre os ciclos e datas de início e fim. Já, a Quarta Revolução Industrial é a única concebida através de um esforço prosseguido antes da sua chegada real através de colaborações conjuntas entre agências governamentais, indústria, pesquisa e instituições acadêmicas. (Heidrich, et al, 2017).

O termo Indústria 4.0 surgiu no ano de 2011 na feira de Hannover – Alemanha. Ele foi anunciado pelo Governo Alemão como uma iniciativa estratégica com o objetivo de reposicionamento frente às tecnologias de ponta e competitividade para as suas indústrias, principalmente com os Tigres Asiáticos, mais especificamente com a questão da manufatura de baixo custo (Heidrich, 2017).

Schwab (2016) revela que existem três razões para sustentar que a Quarta Revolução já se faz presente, ao invés de estarmos vivendo um prolongamento da Terceira, que são: Velocidade, onde diz respeito a qual velocidade as mudanças ocorrem, classificada como exponencial devido a interação entre áreas diversas que avançam simultaneamente em função das novas tecnologias, ou seja, cria-se um círculo virtuoso. Amplitude e profundidade dizem respeito aos diversos paradigmas que estão sendo quebrados, as duas junto modificam o que fazemos e como fazemos na economia, nos negócios, na sociedade. E por fim, o impacto sistêmico representa a transformação de sistemas inteiros entre países e dentro deles, nas organizações, na sociedade e na população.

Macdougall (2014, apud Heidrich et al 2017) destaca outras quatro características principais do perfil da Indústria 4.0 que a distinguem dos movimentos industriais antecessores, são elas: integração vertical dos sistemas de produção inteligentes, propõe caso surja um imprevisto na produção que a cadeia esteja integrada, gerando soluções inteligentes para as áreas envolvidas; integração horizontal através de redes de cadeia global de valor; que decorre do fato da integração facilitar a criação e manutenção de redes, como novos modelos de negócios entre países; engenharia em toda a cadeia de valor; demonstra que tanto o processo de

produção quanto o produto final são importantes; aceleração através de tecnologias exponenciais, indica que a evolução da tecnologia trás soluções ainda mais eficientes e melhores, e que em pouco tempo serão disponibilizadas ao mercado de massa.

Schwab (2016) divide a Quarta Revolução em três categorias inter-relacionadas, física, digital e biológica. A primeira é a física, esta engloba a robótica avançada que vem tornando o robôs cada vez mais adaptáveis e flexíveis, pois as estruturas deles estão inspiradas nos padrões biológicos da natureza. A segunda categoria é a Digital que através da a Internet das Coisas (IoT) conecta os polos digitais e físicos proporcionando a relação das coisas (produtos, serviços e lugares) com as pessoas, seja através de plataformas, sensores, redes virtuais. Espera-se que nos próximos anos tenha-se mais de 1 trilhão de dispositivos: *tablets*, *smartphones* e computadores conectados à Internet. Sendo assim, poderemos ter o monitoramento remoto de qualquer coisa ou pessoa. Silva et al (2018) complementa informando que a rastreabilidade irá proporcionar maior visibilidade e consequente melhora na gestão da cadeia de fornecimento. A terceira é a categoria biológica onde são notados grandes avanços na área que vão desde a conclusão do projeto do genoma humano que possibilita que o genoma seja sequenciado em poucas horas e por menos de 1000 dólares. (Schwab, 2016) até novas tecnologias na agricultura.

O site Indústria 4.0 [ca. 2017], diz que o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços lançou em 2017 o programa Agenda Brasileira para Indústria 4.0. Diferente do que escrito anteriormente em outra etapa do trabalho, classifica as principais tecnologias que permitem a fusão dos mundos físico, digital e biológico em: a manufatura aditiva, a Inteligência Artificial, o IoT, Biologia Sintética e os Sistemas Ciber Físicos (CPS). Neste sentido o Brasil vem tendo outras iniciativas, como o Programa Indústria 2027, idealizado pela Confederação Nacional das Indústrias (CNI), e aqui narrado por ela, busca avaliar como 8 grupos de tecnologia vão impactar 10 setores produtivos da economia entre 5 e 10 anos, conta com apoio de outras instituições e centros de pesquisas parceiros. Outro caso é o estudo Internet das Coisas: um plano de ação para o Brasil, liderado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações e que já possui objetivos estratégicos e específicos definidos por meio de fóruns realizados.

A revolução digital está criando formas novas de relacionamento, envolvimento e colaboração entre indivíduos e instituições. Por exemplo o *blockchain*, também conhecido como sendo um livro razão público, compartilhado e universal, é um protocolo seguro, onde

uma rede de computadores verifica de forma coletiva a operação antes de registrá-la e aprová-la, criando confiança, já que é um livro contábil central e neutro. O *Bitcoin* é o exemplo de *blockchain* mais conhecido no momento, porém esta tecnologia tem outras finalidades que não apenas as financeiras, tais como: certidões de nascimento e óbito, títulos de propriedades e diplomas escolares, ou seja, são transações que podem ser transformadas em códigos.

As plataformas tecnológicas tornam possíveis a economia sob demanda, e consigo uma dúvida, a plataforma ou o ativo subjacente é mais importante? O exemplo disso, dito por Tom Goodwin em seu artigo para o site TechCrunch (2015):

[...] e o Uber, que não possui nenhum carro, e é a maior empresa de taxis do mundo. O Facebook, o proprietário de mídia mais popular do mundo, não cria nenhum conteúdo. Alibaba, o varejista mais valioso, não possui estoques. Airbnb o maior provedor de hospedagem do mundo, não possui sequer um imóvel.

O elemento fundamental para ocorrer a transformação, ou impacto, chama-se digitalização, seja das transações ou operações, tomando como exemplo o processo industrial. O processo de digitalização tem como propósito representar no ambiente virtual a produção do mundo real, ou seja, deve ter todas as características e funcionalidades dos utensílios existentes. (Santos et al., 2017). Para a Confederação Nacional das Indústrias (CNI) (2016) o mais recomendado é que o esforço da digitalização fosse realizado em todas as dimensões

Conforme pesquisa TIC Domicílios, lançada no dia vinte e um de junho de 2022 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), a presença de conexão de internet nos domicílios no Brasil aumentou na comparação entre os dados coletados em 2021 e 2019. Em números gerais, o número de domicílios com acesso à rede teve um aumento de nove pontos percentuais. No país, 82% das residências dispõem de conexão, o que representa um total de 59,4 milhões de domicílios.

Também, segundo a fonte, as habitações em áreas rurais brasileiras estão mais conectadas à internet. Entre 2019 e 2021 houve um acréscimo de 20 pontos percentuais na proporção de domicílios com acesso à rede nessas regiões, passando de 51% para 71%. De acordo com a TIC Domicílios 2021, agora são 6,7 milhões de habitações rurais com conexão. A proporção de indivíduos utilizando a internet nas áreas rurais cresceu em comparação ao período que antecedeu a crise sanitária da Covid-19, passando de 53% dos usuários (com 10 anos ou mais) em 2019 para 73% em 2021. Em todo o território nacional, a pesquisa apontou que 81% da população (com 10 anos ou mais) usou a internet nos últimos três meses, o que corresponde a 148 milhões de indivíduos.

Schwab (2016) afirma que a escala e a amplitude da atual revolução tecnológica causarão mudanças culturais, sociais e econômicas consideráveis. Já o impacto, efeito produzido, será oriundo unicamente do empoderamento, como as empresas se relacionam com seus empregados, acionistas e clientes, como governos se relacionam com seus cidadãos e outros países. Sendo assim, a Quarta Revolução Industrial causará a ruptura de modelos econômicos, sociais e políticos vigentes, apontando que os seus atores reconheçam serem detentores de poderes distintos e que tenham colaboração mútua para poderem prosperarem.

Souza e Meinen (2010) destacam a necessidade de as cooperativas buscarem cada vez mais medidas e padrões de eficácia administrativo-operacional, bem como na sua estrutura patrimonial e no adequado posicionamento sistêmico relativamente à tecnologia da informação, frente à constante necessidade de inovação, evolução e competição de mercado. A transformação do ambiente, e requer organizações que inovem constantemente o seu negócio. Ela trouxe consigo a disrupção, onde não somente se tem novas tecnologias, mas a partir delas surgem novos negócios, modelos e setores inteiros.

4.3 COOPERATIVISMO

Palhares e Pinho (2004) destacam a data de dezembro de 1902, quando, através da liderança do padre suíço Theodor Amstad, surgiu no Rio Grande do Sul, na cidade de Nova Petrópolis, a primeira cooperativa de crédito do Brasil.

Pinho (2004) divide a história do cooperativismo em oito períodos principais: 1) de 1530-1877 – experiências esparsas e efêmeras de pré-cooperativas; 2) de 1878-1931 – primeiras cooperativas de consumo (modelo Rochdale) e de crédito (Raiffeisen, Luzzatti, mistas com seção de crédito); 3) de 1932-1964 – primeira Lei Cooperativa (Decreto 22.239/32) e Reforma Bancária de 1964; 4) de 1965-1970 – disputas internas, liquidação quase total das cooperativas de crédito e fortalecimento da liderança do cooperativismo agrícola; 5) de 1971-1987 – Lei 5764/71: implantação do sistema OCB, reforma estrutural do cooperativismo e representação única; 6) de 1988-1995 – proibição constitucional de interferência do Estado em associações, autogestão do cooperativismo, intenso crescimento das cooperativas de crédito e das cooperativas de trabalho; 7) de 1996-2002 – internacionalização do Cooperativismo Brasileiro, fortalecimento das Confederações de Crédito, criação do Banco Cooperativo Sicredi (BANSICREDI) e do Banco Cooperativo do Brasil (BANCOOB), emergência da vertente

cooperativista de Economia Solidária; 8) de 2003 em diante – divulgação pelo Banco Central do Brasil, em julho de 2003, de novas normas de constituição das cooperativas de crédito, incentivo da expansão do microcrédito, pluralidade de representação das cooperativas e a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (MTE).

Ao analisar esses períodos, evidencia-se a evolução e o crescimento das organizações cooperativas no país, com destaque para as cooperativas de crédito e de produção agropecuária. As cooperativas surgiram inicialmente como estruturas de base, visando representar as necessidades de pequenos grupos, mas com o seu crescimento e importância, passaram a ser estruturas influenciadoras no mercado, tendo legislações, modelo de gestão e estrutura peculiar, de acordo com os seus princípios e doutrinas

Palhares e Pinho (2004) analisam a história e evolução do cooperativismo, destacando o início da cultura da cooperação por consumidores que buscavam melhor qualidade de vida e solução para seus próprios problemas, através da constituição da primeira cooperativa formal que se tem notícias, a cooperativa dos tecelões de Rochdale, na Inglaterra em 1844. De acordo com o autor ao discorrer sobre a evolução do cooperativismo no Brasil mostra a existência, desde os primórdios da colonização portuguesa, da cultura de cooperação. E destaca que a história do cooperativismo formal começa, de fato, com a fundação da Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, em 27 de outubro de 1889.

A lei 5.764/71 define a política nacional de cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Conforme esta, a Assembleia Geral dos Associados é o órgão supremo da sociedade, dentro dos limites legais e estatutários, tendo poderes para decidir os negócios relativos ao objeto da sociedade e tomar as resoluções convenientes ao desenvolvimento e defesa desta, e suas deliberações vinculam a todos, ainda que ausentes ou discordantes, pela maioria de votos. É o foro onde os associados exercem, formalmente, sua condição de dono, tomando decisões e indicando seus representantes.

O Conselho de Administração ou Diretoria é o órgão de representação do quadro social na gestão da cooperativa, conforme determina o art. 47º da Lei 5.764/71, responsável pela implementação das decisões tomadas na Assembleia Geral de Associados. Já o Conselho Fiscal tem o papel de ser o órgão fiscalizador dos atos de gestão da cooperativa, também eleito pela Assembleia Geral de Associados, tendo a responsabilidade de assegurar aos associados que a gestão está sendo realizada em conformidade com os objetivos sociais definidos na Assembleia Geral, em cumprimento da legislação e do estatuto da cooperativa.

O cooperativismo vem se desenvolvendo cada vez mais, no Brasil e no mundo, e pode ser considerado como a fusão de três mecanismos distintos de organização social: o associativismo, o mutualismo e o empreendedorismo. O associativismo traz as lógicas de mobilização de pessoas em torno de um empreendimento comum; o mutualismo, o fomento através do compartilhamento de recursos; e o empreendedorismo, a necessidade de organizarem-se como empresas com o objetivo de desenvolver a coletividade e obterem resultado (Abreu, 2004).

No Brasil existe um sistema financeiro forte e estruturado, com grandes instituições financeiras públicas e privadas, o segmento de cooperativas de crédito tem demonstrado a sua importância para o mercado financeiro nacional, especialmente no que diz respeito à democratização do acesso aos produtos financeiros e pela organização em sistemas de cooperativas, conferindo-lhes maior credibilidade e segurança aos seus associados. Ainda, as cooperativas de crédito, seguindo os seus princípios e doutrina, cumprem, também, um papel social de grande importância (Carlos Roberto Grohs, 2011). Essa pujança do sistema financeiro cooperativo também pode ser percebido no avanço de seus canais digitais de atendimento, tanto aos seus colaboradores e, principalmente, aos seus associados e sociedade.

4.4 CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO

A automação dos serviços bancários, que teve início cerca de 30 anos atrás, marcou o princípio de uma era em que o computador deixou lentamente de ser seara de técnicos para se tornar um equipamento familiar às pessoas comuns, útil, entre outras coisas, para a satisfação de necessidades financeiras. As organizações passam a enxergar os seus consumidores não só como usuários ou clientes, mas como co-produtores dos seus serviços, pois parte do que o indivíduo observa como produto da empresa de serviços consiste em quanto e de que maneira ele tem de participar da prestação do serviço, bem como quais problemas e satisfações estão envolvidos nesse processo. (Grohs, 2011).

Os caixas eletrônicos, terminais eletrônicos que possibilitam realizar a movimentação financeiras, foram instalados no Brasil no início dos anos 1980. Foi lançado em Curitiba, pela empresa de Tecnologia Bancária (Tecban), fundada por três bancos, o Bameridus, o Nacional e o Unibanco (Filho & Mazzon, 2000). Seu uso se intensificou gradativamente, especialmente no que diz respeito às operações de consultas, saques e emissão de extratos, que não envolvem

movimentação financeira. Esse primeiro movimento foi importante para que os clientes não apenas se acostumassem com o atendimento sem interação humana, mas também ganhassem maior confiança nos serviços oferecidos por máquinas, habilitando-os a realizarem transações e iniciando assim a digitalização dos canais de atendimento que sofrera evidente evolução nos anos seguintes.

São várias as opções de operações que podem ser realizadas nesses canais, como, retiradas e depósitos de dinheiro, realizar operações de transferências, consultar saldos e extratos, colocar crédito no celular e imprimir cheques, entre outros serviços. (Febraban, 2016)

Para Castro (2015), o aumento de competitividade do setor financeiro e a inovação tecnológica bancária resultaram em mudanças na forma como os bancos de varejo atendem seus clientes e distribuem seus produtos. O uso de novos canais de atendimento proporciona benefícios para os bancos, como a economia de custos, bem como para os clientes, como a rapidez e conveniência de horário e local para acessar o banco. Os canais digitais para movimentação financeira permitem ao cliente usar os serviços financeiros, sem os inconvenientes causados pela necessidade de deslocamentos ou de aqueles inerentes aos ambientes presenciais de agências (filas, por exemplo) ou às centrais de atendimento telefônico. Observa-se que o setor bancário buscou na tecnologia uma maneira de oferecer mais canais de atendimento aos seus clientes, inicialmente com o objetivo de reduzir as transações realizadas nas agências.

Genovez (2020) declara que, na indústria bancária, o efeito mais óbvio é a necessidade de repensar o modelo de agências físicas e acelerar a evolução de plataformas *omnichannel* para que os clientes sejam atendidos de forma absolutamente fluida, sem a intervenção humana na aprovação ou rejeição das transações. Para construir canais digitais mais resilientes, talvez os bancos precisem pensar primeiro no virtual e repensar a tecnologia como uma plataforma onipresente, conectada a um sistema financeiro nuclear capaz de interagir com vários agregadores de tecnologia.

Exemplo disso é o PIX, definido pelo Banco Central como meio de pagamento para pessoas físicas e jurídicas em que os recursos são transferidos entre contas em poucos segundos, a qualquer hora ou dia. É prático, rápido e seguro. O PIX pode ser realizado a partir de uma conta corrente, conta poupança ou conta de pagamento pré-paga.

De acordo com a FEBRABAN (2020), a pandemia acelerou o processo de inclusão de brasileiros no sistema financeiro e contribuiu para o aumento da utilização do atendimento bancário digital. Há uma expectativa de que isso seja impulsionado ainda mais pela novidade do PIX, novo meio de pagamentos instantâneos em transações digitais no Brasil criado pelo BCB em 2020. Ainda conforme pesquisa publicada pela fonte quase 60% dos pesquisados afirmaram que, com a pandemia, passaram a utilizar mais os canais virtuais, 27% utilizaram como antes e apenas 8% estavam utilizando menos. E, o nível de satisfação com os serviços bancários no segmento de clientes bancarizados encontra-se em patamar elevado, com 71% sentindo-se muito satisfeitos ou satisfeitos. O isolamento social teve impacto evidente nos serviços bancários digitais e nas compras online.

Costa e Carvalho (2017, p. 11) conceituam o Internet Banking como “a opção de serviço bancário disponibilizada ao usuário para acesso por meio da internet em equipamento próprio, seja um computador, um tablet ou um telefone celular”. O Internet Banking pode ser do tipo home banking (para pessoas físicas) ou office banking (para entidades jurídicas). São diversas e variadas as funções disponibilizadas no Internet Banking, as mais comuns são: Pagamentos de diferentes tipos de contas e também boletos, transferências entre contas do mesmo banco, transferência via TED, DOC e PIX para qualquer banco, recarga de celular, pagamento de multas de veículos, aplicação em investimentos, consulta de saldo e extrato bancário, solicitação de serviços como: cartão de crédito, empréstimos, dentre outras.

Outro canal de atendimento digital são os aplicativos para dispositivos móveis, disponíveis para smartphones e tablets. Por meio destes é possível ter acesso às funcionalidades características do Internet banking.

Os consumidores passaram a evitar atendimentos e transações presenciais, recorrendo aos serviços online. As instituições financeiras reforçaram suas soluções tecnológicas, lançaram ferramentas e aprimoraram aplicativos, algo impulsionado também pelo aumento de contas digitais abertas para pagamento do auxílio emergencial.

Baicu et al. (2020) perceberam que existe um efeito da pandemia Covid-19 sobre o estilo de vida dos consumidores, com implicações sociais e gerenciais. Esses autores acreditam que a preferência pelo uso da internet e do mobile banking prevaleça mesmo após a fase pós-pandêmica, com novos modelos de comportamento de consumo se desenvolvendo.

O foco maior está na experiência do cliente, mecanismos estão sendo cada vez mais voltados ao autoatendimento, canais digitais como Internet Banking, aplicativos de serviços financeiros, redes sociais e caixas eletrônicos tiveram exponencial aumento na utilização e com isso um maior investimento na área. De acordo com pesquisa da FEBRABAN (2020) os números são 24% maiores em 2019 do que no ano anterior e com expectativas futuras de números recordes.

Um dos fatores de sucesso é a qualidade dos serviços. Todos os bancos nacionais hoje possuem os mesmos produtos, o que difere um do outro são os pequenos detalhes no dia a dia, desde o “bom dia” até o relacionamento entre gerente e cliente. Estamos perante um novo estilo de vida digital em que os consumidores estão sempre ligados, preferem canais digitais e exigem experiências cada vez mais personalizadas, nos informa Deloitte (2016 apud SIEMENS, p7).

5 METODOLOGIA

A autora Minayo (2002) define metodologia como o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, ou seja, a metodologia é o caminho para se praticar a abordagem da realidade. Ainda conforme ela a metodologia é muito mais que técnica, inclui as concepções da abordagem, articulando-se com a teoria, com a realidade empírica e com os pensamentos sobre a realidade.

Gerhardt e Silveira (2009, p.13) complementam:

é importante salientar a diferença entre metodologia e métodos. A metodologia se interessa pela validade do caminho escolhido para se chegar ao fim proposto pela pesquisa; portanto, não deve ser confundida com o conteúdo (teoria) nem com os procedimentos (métodos e técnicas). Dessa forma, a metodologia vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo.

De acordo com as análises expostas, este estudo buscou dados secundários, através da leitura de livros, artigos, sítios de internet, relatórios e referenciais bibliográficos, sobre a pandemia do coronavírus. A análise de questionários disponibilizados a sócios e colaboradores da entidade visou verificar percepções da pandemia do coronavírus quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Minayo (2004, p. 28) diz que o caráter exploratório de uma pesquisa se caracteriza por trabalhar como “universo de significações, motivos, aspirações, atitudes, crenças e valores. Esse conjunto de dados obtidos são considerados qualitativos” por meio deste se pode responder às questões particulares, num espaço mais profundo das relações, considerando como sujeitos do estudo pessoas pertencentes a um determinado grupo, com suas crenças, concepções, valores, significados e práticas individuais.

Para Fonseca (2002), de modo diferente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser medidos. “A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.” Sabe-se ainda que em relação à escolha dos métodos, é possível utilizar das duas formas: qualitativa

e quantitativa. De acordo com Proetti (2017) eles “não se excluem e contribuem para o entendimento e a quantificação dos aspectos lógicos e essenciais de um fato ou fenômeno estudado.”

Segundo Gil (2011, p. 58)

“O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados.”

Sendo assim o estudo classifica-se ainda como um estudo de caso e se fez o uso da observação *in loco* uma vez que já que o autor e entrevistador trabalha na referida agência da cooperativa, objeto desta pesquisa. Classifica-se desta forma também pelo seu objetivo geral de verificar, através referenciais teóricos e do olhar dos colaboradores e dos sócios, as percepções geradas pela pandemia do coronavírus, quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS.

Elucidando, o presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa exploratória na qual se fez uso das abordagens qualitativa e quantitativa. A primeira em busca de analisar o sistema Sicredi assim como seu histórico, canais de atendimento e também a transformação digital. Já a segunda foi usada para a coletar dados referentes as percepções dos colaboradores e associados do Sicredi Centro Serra RS em relação a utilização de meios de atendimento digitais. A pesquisa foi realizada entre os meses de março de 2021 a julho de 2022, foi utilizado um questionário estruturado e observação *in loco*. O entrevistador reside em Cerro Branco, Rio Grande do Sul, campo de aplicação do questionário e mesmo município sede da agência da instituição financeira em questão.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Conforme Marconi e Lakatos (2010, p. 157), o primeiro passo da pesquisa científica é o levantamento de dados.

Os dados primários são aqueles que ainda não foram antes coletados por pesquisadores. Eles são pesquisados para atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento. Dados secundários são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados e que estão catalogados à disposição de interessados (Mattar, 2005, p. 159).

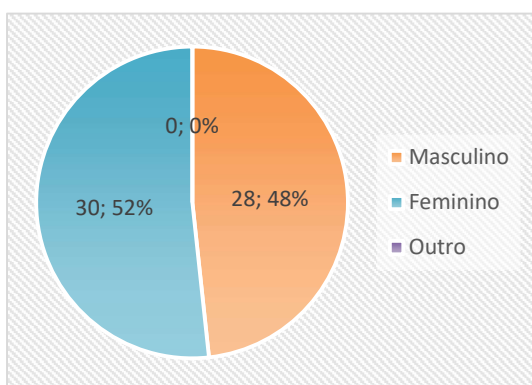
No decorrer da construção do trabalho de pesquisa houve percalços. O projeto inicial era utilizar da ferramenta Google Forms, aplicativo de gerenciamento de pesquisas oferecido pela empresa Google. Contudo, este meio não contemplou o público alvo em totalidade visto que a amostra é aleatória e há quem não possua acesso à internet e aparelhos eletrônicos necessários para o recebimento do questionário digital.

Assim, optou-se pela coleta de dados por meio de um questionário estruturado aplicado individualmente. Um conjunto de perguntas padronizadas com esquema fixo e ordem exatas das perguntas foi aplicado, no qual havia 19 perguntas fechadas (apêndice página 52). Gil (2008, p.123) disserta sobre essas: “[...] nas questões abertas solicita-se aos respondentes para que ofereçam suas próprias respostas. [...] nas questões fechadas, pede-se aos respondentes para que escolham uma alternativa dentre as que são apresentadas numa lista.

Atualmente a agência de Cerro Branco tem um total de 2594 sócios, sendo 2093 associados ativos considerados a população e público alvo. Melhor amostra é a representativa da população ou um modelo dela (Fink, 1995). A amostra selecionada foi aleatória sendo os associados que se dispuseram a responder a pesquisa.

Foram entrevistados 58 associados, destas 30 pessoas (52%) se declararam do sexo masculino e 28 que se dizem do sexo feminino (48%). Sendo assim, há uma homogeneização das respostas relacionadas a questões de gênero.

Figura 1 – Gênero

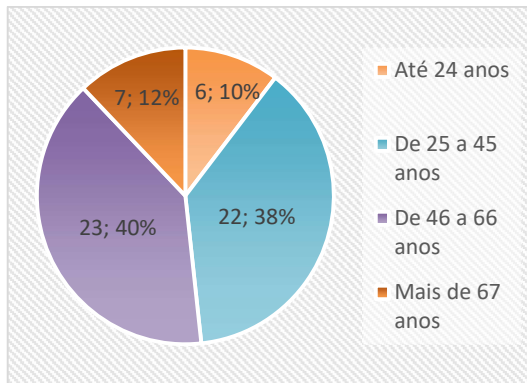


Fonte: Autor (2022).

Apesar de não haver um consenso sobre o ano em que começa e termina cada geração, mas utilizando de uma divisão possível temos: Baby Boomers (nascidos entre 1946 e 1964), Geração X (1965-1980), Geração Y ou Millennials (1981-1996) e Geração Z (1997-2010). Com base nisso, se tem presente todas as gerações citadas no público entrevistado pois 23 associados

(40%) tem idade de 46 a 66 anos e 22 deles (38%) de 25 a 45 anos. Tais números expõem que a grande maioria é formada por pessoas de 25 a 66 anos, esse público é equivalente a 78% e reflete assim a pirâmide etária da cidade já apresentada. Foram entrevistados também 6 pessoas (10%) de até 24 anos e 7 indivíduos com mais de 67 anos (12%).

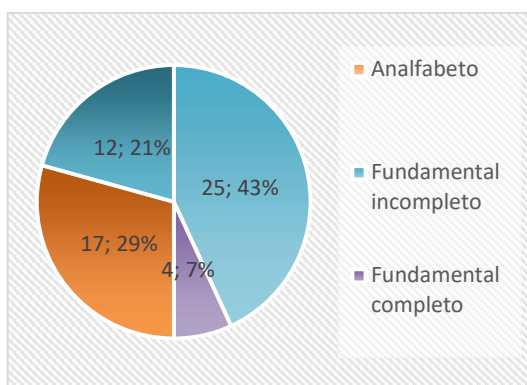
Figura 2 - Qual sua faixa etária?



Fonte: Autor (2022).

O grau de instrução ficou dividido em 25 associados (43%) que não completaram o ensino fundamental, interessante relatar que desses, apenas 3 tem menos de 45 anos. Outros 50 %, 29 pessoas, tem ensino médio completo, ensinou superior ou outro e ainda 4 entrevistados (7%) que frequentaram até o fundamental completo. Não houve nenhum declarado (0%) analfabeto.

Figura 3 - Qual seu nível de instrução?

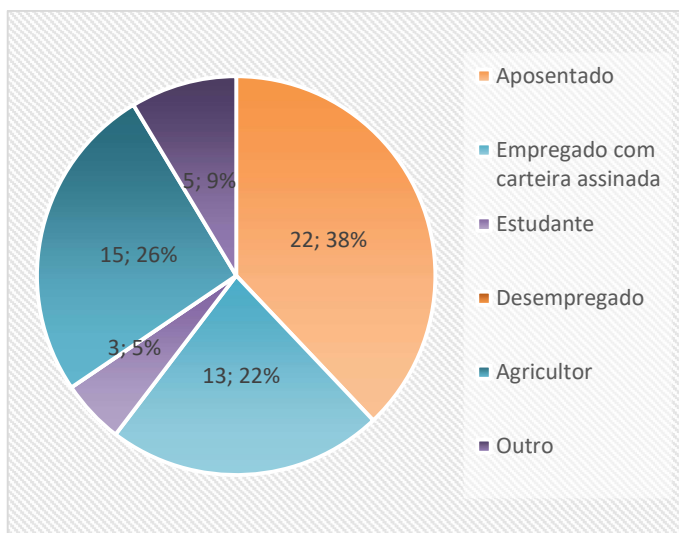


Fonte: Autor (2022).

Das profissões que mais foram faladas pelos associados estão as de aposentado sendo assinalada 22 vezes (38%), agricultor 15 repetições (26%) e empregado com carteira assinada 13 (22%). Refletindo assim a característica da cidade com economia baseada na agricultura e

pirâmide etária com sinais de envelhecimento da população. Apenas 4 pessoas responderam a opção outros, estas 2 são autônomas e 2 empreendedoras.

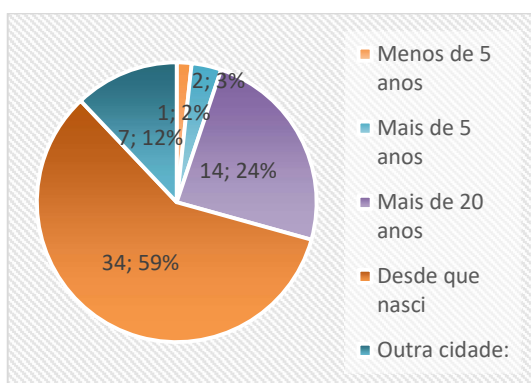
Figura 4 - Marque uma opção quanto a sua profissão:



Fonte: Autor (2022).

Quando perguntados sobre há quanto tempo residiam na cidade a grande maioria (59%) responderam que desde que nasceram, ao todo 34 pessoas. 14 pessoas (24%) moram a mais de 20 anos da cidade. Tais dados mostram que a grande maioria é natural da cidade ou já está a bastante tempo e com isso habituado a cultura local. Também 7 pessoas (12%) se declaram de outra cidade, sendo 4 de Candelária, 2 de Novo Cabrais e 1 de Cachoeira do Sul.

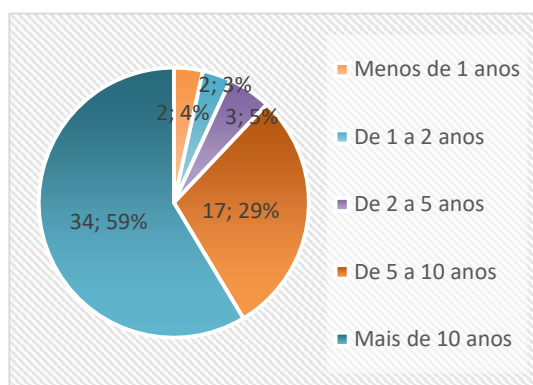
Figura 5 - Há quantos anos você reside em Cerro Branco?



Fonte: Autor (2022).

Confirmando a associação e seu tempo de sócio da cooperativa, 34 pessoas (59%) responderam que são associados a mais de 10 anos e 17 (29%) de 5 a 10 anos.

Figura 6 – Há quantos anos você é associado do Sicredi Cerro Branco?

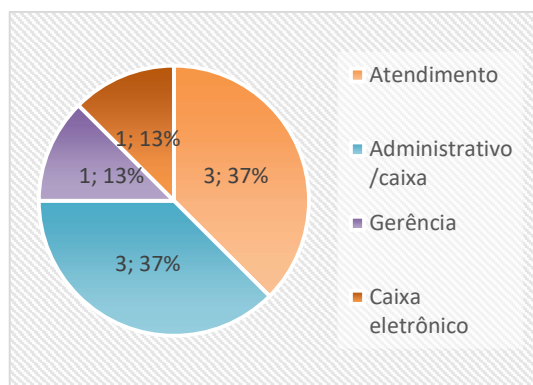


Fonte: Autor (2022).

Também foi criado um questionário destinado aos colaboradores (apêndice página 60), sendo composto por 16 perguntas, sendo elas 11 abertas e 5 fechadas e aplicado a totalidade dos colaboradores da agência excluindo o autor do trabalho, totalizando 8 pessoas.

Dos colaboradores 7 são mulheres e um é homem. Além, 3 tem função ligada ao atendimento (37%), 3 ao administrativo ou caixa (37%), 1 com atendimento no caixa eletrônico (13%) e 1 gerência (13%).

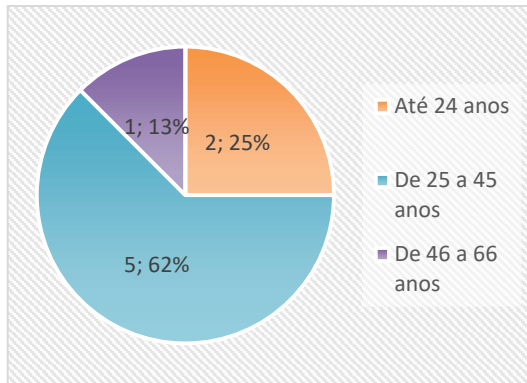
Figura 7 - Área de atuação.



Fonte: Autor (2022).

A maioria dos trabalhadores, 5 deles (62%), tem idade de 25 a 45 anos, 2 (25%) tem até 24 anos e 1 (13%) tem idade de 46 a 66 anos. Ainda, 7 tem ensino superior completo e apenas 1 está cursando.

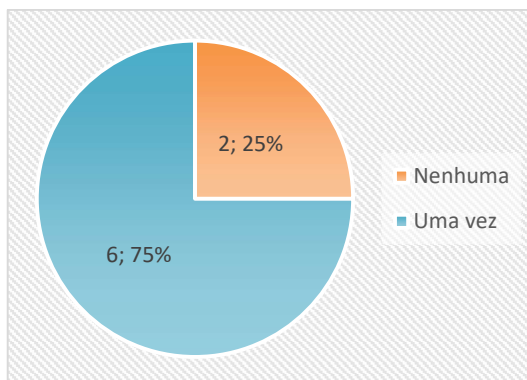
Figura 8 - Qual sua faixa etária?



Fonte: Autor (2022).

Quando perguntados sobre o número de vezes que contraíram o vírus, apesar de todos já terem se vacinado 6 pessoas (75%) responderam que foram diagnosticadas uma vez e as outras 2(25%) nenhuma vez.

Figura 9 - Quantas vezes você contraiu o Coronavírus?



Fonte: Autor (2022).

Por este ser um estudo exploratório onde se utilizou de pesquisa bibliográfica tipo levantamento qualitativo e quantitativo que faz uso de um questionário como instrumento de coleta de dados empíricos (primário). A interface do questionário, feito online era bastante amigável e simples, trazendo informações sobre a pesquisa, pois, segundo Moreira e Caleffé (2008) um questionário atrativo, breve, fácil de entender e de preenchimento rápido incentiva os respondentes, contribuindo para a pesquisa.

Segundo Moreira e Caleffé (2008), “dados quantitativos podem ser medidos mais facilmente, padrões podem ser estabelecidos de uma forma mais clara e, portanto, qualquer padrão que venha a ser descoberto e as generalizações feitas serão precisas” (Moreira; Caleffe, 2008, p.54).

5.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS

Para o tratamento dos dados e assim cumprir os objetivos de analisar o histórico do sistema Sicredi, da cooperativa e a agência de Cerro Branco assim como também o objetivo de estudar a transformação digital e suas consequências aplicadas na rotina das pessoas ligadas ao Sicredi Centro Serra foram analisados os dados qualitativos encontrados sendo esses estudados separadamente e relacionados com o referencial teórico pesquisado.

A técnica utilizada foi a análise de conteúdo simples, tal mecanismo é entendido conforme pensamento de (Guerra, 2014, p.38) com uma técnica que visa à interpretação de material de caráter qualitativo, assegurando uma descrição objetiva, sistemática e com a riqueza manifesta no momento da coleta dos mesmos”

Minayo (1992) aponta 3 (três) finalidades para a fase de análise de conteúdo:

Estabelecer uma compreensão dos dados coletados, confirmar ou não os pressupostos da pesquisa e/ou responder as questões formuladas, e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o ao contexto cultural da qual faz parte.

No que diz respeito aos dados quantitativos e os objetivos específicos de coletar e analisar dados referentes as percepções dos colaboradores e associados do Sicredi Centro Serra RS em relação a utilização de meios de atendimento digitais juntamente com o outro objetivo específico de identificar as percepções no atendimento dos sócios da Cooperativa causados pela Pandemia do Covid 19 foi recorrido, como se costuma utilizar em análises estatísticas, distribuições de frequência, correlações e representações gráficas, medidas de dispersão, medidas de tendência central.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo serão apresentados os dados obtidos, bem como sua análise, a fim de atingir os objetivos propostos. Está dividido da seguinte forma: 6.1 Análise do histórico do Sistema Sicredi, 6.2 Análise do histórico da cidade de Cerro Branco, 6.3 6.2 Análise do histórico da Cooperativa De Crédito De Livre Admissão De Associados Sicredi Centro Serra RS e a agência de Cerro Branco, 6.4 Análise das percepções e consequências da Pandemia do Coronavírus (Covid-19) na rotina dos sócios do Sicredi Centro Serra, 6.4.1 Considerações do autor e 6.5 Análise das percepções e consequências da Pandemia do Coronavírus (Covid-19) na rotina dos colaboradores do Sicredi Centro Serra.

6.1 SISTEMA SICREDI

A Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971 conceitua e regula as cooperativas como associação de pessoas com interesses comuns, economicamente organizada de forma democrática, isto é, contando com a participação livre de todos e respeitando direitos e deveres de cada um de seus cooperados, aos quais presta serviços, sem fins lucrativos.

Caracterizadas como sociedades de pessoas, e não de capital, Grohs (2011) anteriormente citado no referencial destaca o papel social das cooperativas e sua importância. Assim, ao contrário do que ocorre nas grandes empresas privadas, as cooperativas são administradas por seus associados, que são os “donos do negócio”, tendo cada associado direito a um voto, independentemente do valor de seu capital. Não há o objetivo de lucro, mas sim sobras de resultados, para permitir o crescimento da cooperativa, e as metas devem ser de longo prazo, uma vez que o foco principal é o atendimento às necessidades dos proprietários da cooperativa (BACEN, 2008).

Presentes nos mais variados setores de todo o mundo, o cooperativismo tem claro destaque na esfera do crédito. Países como Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda, Portugal, Estados Unidos da América, Canada e Japão se destacam por experiências positivas (Portal Do Cooperativismo De Crédito, 2013). Sendo assim, o cooperativismo utilizado há muito tempo, como um instrumento impulsionador de setores econômicos estratégicos, pensamento que vai ao encontro do de Abreu (2004) anteriormente citado. Além disso é

também um impulsionador do setor econômico, promove a aplicação de recursos privados e assume os riscos correspondentes, também, permite que a população de municípios considerados menos atrativos para manutenção de agências para bancos atuarem tenham acesso a serviços financeiros completos.

No Brasil, o cooperativismo de crédito iniciou em Nova Petrópolis – RS, no ano de 1902 por iniciativa do Padre Suíço Theodor Amstad que, em conjunto com outras dezenove pessoas fundaram a 1ª Cooperativa de Crédito da América Latina. Conforme o Sítio de internet da instituição e Palhares e Pinho (2004) já citados, foi inicialmente denominada Caixa Rural da Linha Imperial e marcou a chegada de uma nova forma de organização econômica ao país que só em 1922 que após a assembleia geral extraordinária de 10 de julho daquele ano passou a adotar a marca Sicredi como um padrão para todas as cooperativas do Sistema. Em 1925, diante da necessidade de reunir as cooperativas que estavam dispersas, se constituiu uma central, com o papel de articular e qualificar as diversas Caixas Rurais e assim, das 22 cooperativas de crédito existentes à época, 20 fundaram a Central das Caixas Rurais da União Popular do Estado do Rio Grande do Sul, em uma Assembleia Geral no município de Santa Maria, no ano de 1925.

Fatos históricos também datados no sítio do Sicredi dão destaque a acontecimentos importantes na história da cooperativa, como a criação do Banco Cooperativo Sicredi - Bansicredi em 1995 que foi instituído com o intuito de centralizar o caixa das cooperativas de crédito e acessar a compensação bancária, que até então era feita pelo Banco do Brasil.

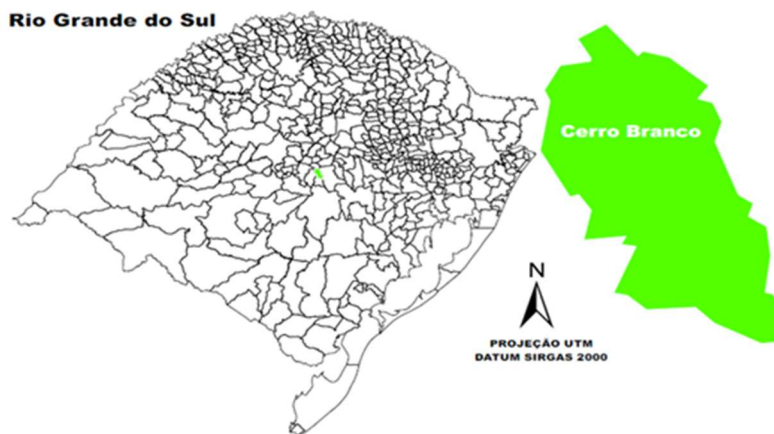
Um estudo realizado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - Fipe, no início de 2020, analisou dados econômicos de todas as cidades brasileiras com e sem cooperativas de crédito entre 1994 e 2017, cruzando informações do Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE). O trabalho concluiu que o cooperativismo de crédito incrementa o Produto Interno Bruto (PIB) per capita dos municípios em 5,6%, cria 6,2% mais vagas de trabalho formal e aumenta o número de estabelecimentos comerciais em 15,7%, estimulando, portanto, o empreendedorismo local. Em todo o Brasil, o segmento já conta com mais de 11 milhões de adeptos, segundo o Banco Central- BACEN.

6.2 CERRO BRANCO

Localizado na Região Central do Rio Grande do Sul o município de Cerro Branco teve aprovada a emancipação com a Lei Estadual nº 8.628, de 12 de maio de 1988. A sua área total

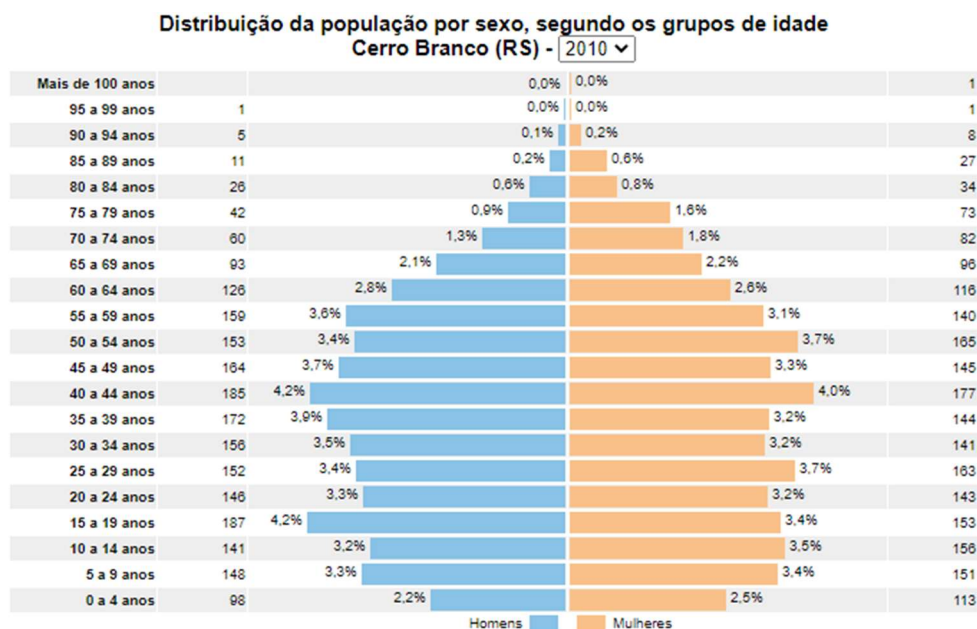
é de 158,765 km² e as suas fronteiras são os municípios de Agudo e Lagoa Bonita do Sul ao Norte, Novo Cabrais ao Sul, Candelária a Leste e Paraíso do Sul a Oeste.

Figura 10 - Localização do município de Cerro Branco no estado do Rio Grande do Sul



Em 2020, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a população estimada do município é de 4.706 habitantes, localizados em sua maioria em área rural. Em 2020, o rendimento médio mensal era de 2.3 salários mínimos. A pirâmide etária mostra uma população com grau relevante de envelhecimento.

Figura 11 - Distribuição da população de Cerro Branco.



Fonte: IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010).

O território onde se localiza o município é a escarpa do planalto, em sua maioria, zona ondulada e plana em menor proporção. É um município quase que essencialmente agrícola e

tem nas culturas de arroz e fumo a sua maior fonte de arrecadação, constituída com pequenas propriedades rurais que variam de 5 a 30 hectares, onde são plantadas também outras culturas para a manutenção familiar (mandioca, batata-doce, amendoim, feijão) e cria-se alguns animais para a produção de carne (aves, suínos, bovinos, ovinos e caprinos) além da produção de derivados do leite como queijos, nata, entre outros que complementam a alimentação da população.

Conforme o Arquivo Histórico da Prefeitura Municipal a etimologia de Cerro Branco está ligada a existência de um grande morro, na linguagem coloquial chamado pelos habitantes de cerro. O município é colonizado por alemães, as primeiras casas de por volta de 1872 nas margens do principal Rio e uma das divisas do município, o Botucaraí.

6.3 A COOPERATIVA DE CRÉDITO DE LIVRE ADMISSÃO DE ASSOCIADOS SICREDI CENTRO SERRA RS E A AGÊNCIA DE CERRO BRANCO

Nas primeiras décadas do século XX, pairava sobre a região centro serra do estado do Rio Grande do Sul uma grande necessidade de inovação. Na Colônia Santo Ângelo, resultado da imigração alemã na região, a infraestrutura era rudimentar e o acesso difícil devido as condições dos portos fluviais e das estradas que levavam até o centro regional de vendas dos produtos agrícolas de Cachoeira do Sul, cerca de 70 km a sudeste da colônia.

O livro *Sobre memórias e sonhos compartilhados*, de Ricardo Bueno (2017), conta com riqueza nos detalhes a trajetória da união dos agricultores para, segundo o autor, em 21 de agosto de 1927 criar a Caixa Rural União Popular, instituição que logo ficaria conhecida na comunidade como Hermes Bank devido ao grande protagonismo da família de Peter Hermes, imigrante alemão, nascido no reino da Prússia, em 1844, que teve cinco de seus descendentes trabalhando diretamente na criação da cooperativa, sendo eles Franz Joseph, o filho homem mais velho, então com 54 anos; Jakob, 43; Adão Alexandre, 34, Eduardo, 29, e Arthur Arnoldo, o caçula, 26 anos.

Carlos de Los Santos, no livro *Os 25 anos da retomada do cooperativismo de crédito brasileiro*, conta que foi a partir da chegada ao poder de Getúlio Vargas, em 1930, que as cooperativas de crédito receberam um grande impulso. Até porque, com a quebra da Bolsa de Nova Iorque, em 1929, gerou-se uma crise mundial sem precedentes, reduzindo a circulação de capitais e, portanto, dificultando ainda mais o crédito ao setor produtivo. Em 1932, Getúlio

publicou o decreto Nº 22.239, de 19 de dezembro de 1932 por meio do qual as cooperativas passavam a ter as mesmas liberdades de atuação das instituições bancárias convencionais.

O desenvolvimento da Caixa Rural foi gradual e sólido, pois havia muita atenção com o equilíbrio das finanças. A humildade e integridade da instituição foi aos poucos modificando a cultura da região que passava por turbulências.

Em 1942, depois de 15 anos e cinco mandatos consecutivos, Jakob Hermes, cofundador e primeiro presidente da Caixa Rural de Agudo, foi substituído na presidência da Caixa Rural União Popular por Emilio Carlos Cassel, até então secretário. E quem assumiu como secretário foi Armando Goltz, Apenas dois anos depois, em 1944, em razão da mudança de Cassel para outra cidade, assumiu a presidência da Caixa Rural Jacó Germano Hentschke, exercendo o cargo até 1955, ano em que faleceu. Em sua gestão, mais exatamente em 1946, o expediente da cooperativa foi transferido para as segundas-feiras, em lugar dos sábados, como ocorria desde a fundação.

O processo de emancipação de Agudo juntamente com um movimento de mecanização das lavouras trouxe maior aquecimento pra economia local com um aumento de associações e da procura por empréstimos visto que os juros oferecidos pela Caixa eram limitados por regulamentos, e ficavam bem abaixo do cobrado por particulares. Em 1959, ano da tão esperada emancipação, a Caixa Rural contabilizava perto de 600 associados.

No seguimento do processo de construção da história da cooperativa estão as fusões da Cooperativa de Crédito Rural Agudo Ltda com cooperativas próximas. Conforme o livro *Sobre memórias e sonhos compartilhados*, de Ricardo Bueno (2017) aproximadamente na metade dos anos 1990, por sugestão dos dirigentes da Cocecrer que viram com bons olhos a união com a Cooperativa de Crédito de Candelária, chamada Credican e criada em 2 de outubro de 1981 e com a Cooperativa de Crédito de Sobradinho Ltda (Credisol) que tem sua criação datada em 19 de fevereiro de 1982.

Tendo sido consolidada a união das cooperativas se iniciou um processo de modernização na gestão das cooperativas ligadas à Central Sicredi, então em 1997 houve a decisão de trazer para Agudo o gerente da agência de Candelária, Dilamar Valnei Rusch, que até aquele momento vinha fazendo um grande esforço para dar conta de recuperar a credibilidade da antiga Credican (depois Sicredi Candelária). Foi dele a árdua tarefa de encerrar um ciclo de sucessão familiar da família Hermes que durou quase 70 anos. Em seguida foi

definido Egidio Morsch, de Vale do Sol, que, desde 1996, já atuava como conselheiro para assumir a presidência da cooperativa. Este foi um período bastante conturbado, segundo o diretor executivo da cooperativa, Dilamar Valnei Rusch.

De acordo com Bueno, que registra em seu livro, alguns associados, muito indignados, chegaram a propor um abaixo-assinado, pedindo a deposição dos gestores. Anos depois, esses mesmos associados agradeceriam à Cooperativa pelas duras, mas necessárias, medidas adotadas na ocasião, imprescindíveis para se retomar o equilíbrio da instituição.

Nestes tempos o Sicredi passava por um processo de redefinição do padrão das designações de suas associadas, e assim nasceu a sugestão de adotar o nome Sicredi Centro Serra RS, cooperativa autorizada oficialmente a funcionar em 4 de janeiro de 2000, conforme atestou o Banco Central do Brasil.

Por questão estratégias de localização partiu da Central, em Porto Alegre, a orientação de incorporar também as cidades de Cerro Branco e Novo Cabrais, até então pertencentes à Cooperativa de Crédito de Cachoeira do Sul- Credicasul (atual Sicredi Centro Leste). A expansão trouxe consigo uma nova agência para a cooperativa, Cerro Branco que se juntaria a cooperativa e após mais doze. A ordem de inauguração das agências foi a seguinte: Agudo (21/08/1927), Candelária (02/10/1981 e 17/05/2021), Sobradinho (13/10/1981), Cerro Branco (21/12/1989), Vale do Sol (20/09/1993), Lagoão (18/06/1995), Arroio do Tigre (15/04/1996), Ibarama (19/09/1997), Paraíso do Sul (23/12/2003), Estrela Velha (28/10/2004), Segredo (03/04/2007), Lagoa Bonita do Sul (30/04/2008), Passa Sete (30/04/2008) e Novo Cabrais (22/03/2010).

É bem verdade que houve uma sucessão de fatos que transformaram o Sicredi em uma potência do sistema financeiro brasileiro, tudo graças à construção de uma sólida estrutura, de caráter sistêmico, de forma a apoiar o extraordinário trabalho das cooperativas junto a seus associados, razão maior de ser do cooperativismo. Desde então foram grandes inovações para atender os associados e acompanhar as evoluções do mercado, como fala Grohs (2011) anteriormente quando diz que a automação dos serviços bancários teve início a cerca de 30 anos atrás. Filho e Mazzon (2000) complementam ao datar a utilização dos primeiros caixas eletrônicos no início dos anos 80.

Atualmente o Sicredi Centro Serra presta atendimento aos seus sócios presencialmente através das suas dezesseis agencias, por meio também do serviço telefônico denominado

Sicredi Fone no número 3003 4770 e diversos agentes credenciados. São oferecidos também os canais digitais atendimento: internet banking, aplicativo para celular e tablets, mídias digitais e caixa eletrônico.

Conforme a referência de Castro (2015) o aumento da competitividade do setor bancário trouxe mudanças através de tais tecnologias, Genovez (2020) vai além e aponta que o efeito mais óbvio é a necessidade de repensar o modelo de agências físicas.

Diante disso o Sicredi Centro Serra disponibiliza seus canais de atendimento digital. O associado, após realizar um cadastro prévio, pode acessar a sua conta de maneira digital através do Internet Banking antes conceituado por Costa e Carvalho (2017) acessando o endereço eletrônico <https://www.sicredi.com.br/coop/centroserra/>.

Outro canal de atendimento digital é o aplicativo do Sicredi, disponível para smartphones e tablets na loja de aplicativos do seu celular independente se for App Store ou Google Play. Os caixas eletrônicos também fazem parte da rotina dos sócios da cooperativa Centro Serra, sendo um dos meios mais utilizados.

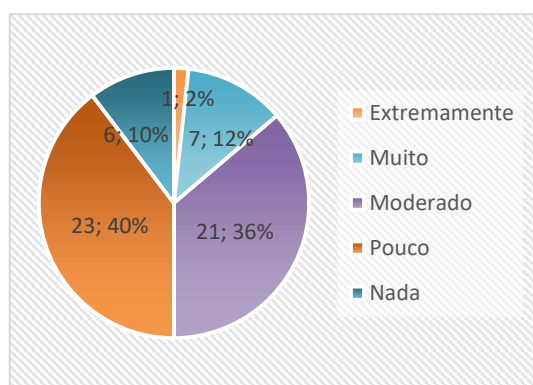
A cooperativa presta atendimento também através das mídias digitais, são gerenciados perfis nas principais plataformas permitem ao associado um complemento a gama de atendimento. Redes sociais como o Instagram (@sicredicentroserrars), Facebook (@sicredicentroserrars) e WhatsApp (51 3358 4770) assim como também site institucional <https://www.sicredi.com.br/coop/centroserra/>.

Consoante aos pensamentos e teorias expostas está a seguinte fala do diretor executivo da cooperativa, Dilamar Rusch, que diz que a expansão do Sicredi busca unir o aumento da presença física ao investimento em soluções digitais. “O conceito que trabalhamos é o ‘fisital’, no qual as soluções digitais apoiam o relacionamento físico e acreditamos que essa é a fórmula para manter o nosso diferencial ao mesmo tempo que proporcionamos a conveniência que a tecnologia proporciona aos nossos associados. Hoje nós disponibilizamos todos os tipos de recursos digitais no atendimento, tendo, inclusive, um dos aplicativos mais bem avaliados no sistema financeiro nacional, mas sabemos o quanto estar perto dos associados é fundamental para que possamos atendê-los da melhor forma”.

6.4 PERCEPÇÕES E CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS (COVID-19) NA ROTINA DOS SÓCIOS DO SICREDI CENTRO SERRA.

Conforme planejado na metodologia, os dados para as análises que são efetuadas neste subcapítulo foram obtidos por meio de 58 entrevistas respondidas por associados. Com base no cenário já descrito por Thompson; Bezerra (2020), Who (2020) somado as consequências expostas pelo IPEA (2020), Martins, Synai e Gonçalves (2020), Clavelinna (2020) e Cecchetti; Schoenholtz (2020) foram perguntados no questionário quanto a influência da pandemia no âmbito financeiro. 6 associados (10%) declararam nenhuma influência, 23 pessoas (40%) responderam pouca, 21 pessoas (36%) responderam que notam um grau de influência moderado, 7 (12%) muito e 1 como extremamente impactada.

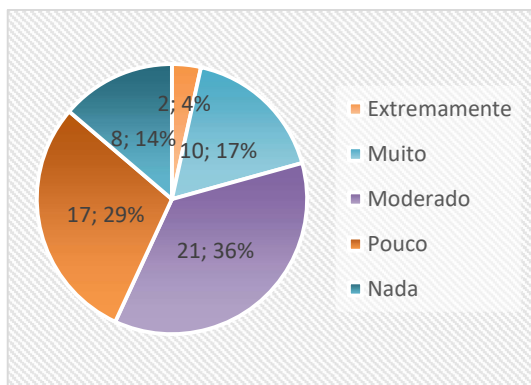
Figura 12 - Intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou âmbito financeiro.



Fonte: Autor (2022).

Falando da esfera pessoal onde pontuam Pondé (2020) e Yuval Noah Harari (2020) tivemos mais pessoas respondendo um grau de impacto moderado, 21 no total (36%), 17 pessoas (29%) falaram que não a pandemia não impactou em nada e 10 (17%) impactou muito.

Figura 13 - Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito Pessoal:



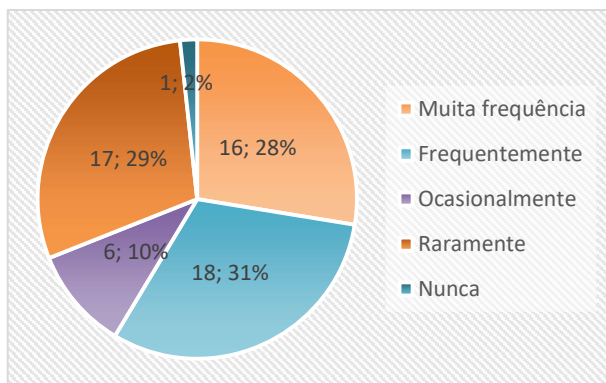
Fonte: Autor (2022).

Perguntados sobre a influência da pandemia no número de vezes que os entrevistados iam até a agência, 38 (66%) responderam que esse número não diminuiu e 20 (34%) que foram menos vezes. Mostrando uma realidade diferente das vividas em grandes centros como falam Rogers (2018), Febraban (2020), Google (2020) e Schawab (2016) entre outras fontes citadas no referencial.

Isso pode ser reflexo da população estudada ser de maioria rural, onde o modelo presencial é mais adotado, dos entrevistados 37 dos questionados (64%) residem em tal zona e os outros 21 (36%) moram em zona urbana. Outro motivo pode ser representado pelo processo atual processo de digitalização como comenta a TIC domicílios (2021) e Santos et al (2017) já que quando levantada a questão quanto a disponibilidade de internet a grande maioria respondeu que tem acesso, 55 pessoas (95%) e apenas 3 (5%) não tem, porém, foi percebido pelo entrevistador que na maioria dos casos é recente o início do uso e a prática precisa ser

Também foi perguntado sobre o rádio, onde há uma emissora comunitária na cidade que é patrocinada também pela cooperativa estudada. A maioria dos associados escuta com muita frequência, 18 pessoas (31%) e 16 (28%) declaram escutar com muita frequência. Ainda, 17 (29%) disseram raramente escutar.

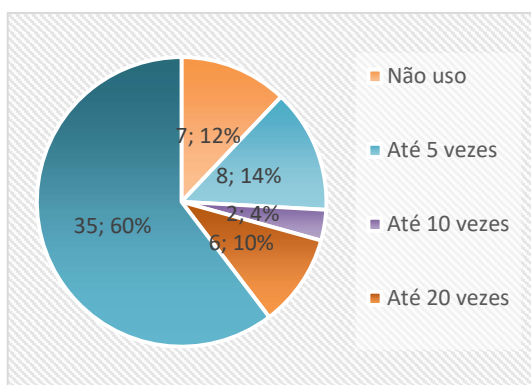
Figura 14 - Com que frequência você escuta rádio?



Fonte: Autor (2022).

Como era esperado, a maioria dos associados tem um meio de acesso ao aplicativo da cooperativa, destes 51 dos entrevistados (88%) confirmou que tem e apenas 7 (12%) não possui confirmando assim a teoria de Schwab (2019). E quando questionados sobre a frequência dos aparelhos citados, 35 deles (60%) falaram usar mais de 20 vezes na semana e 7 (12%) que não usam.

Figura 15 - Quantas vezes em uma semana você utiliza algum aparelho eletrônico citado anteriormente?

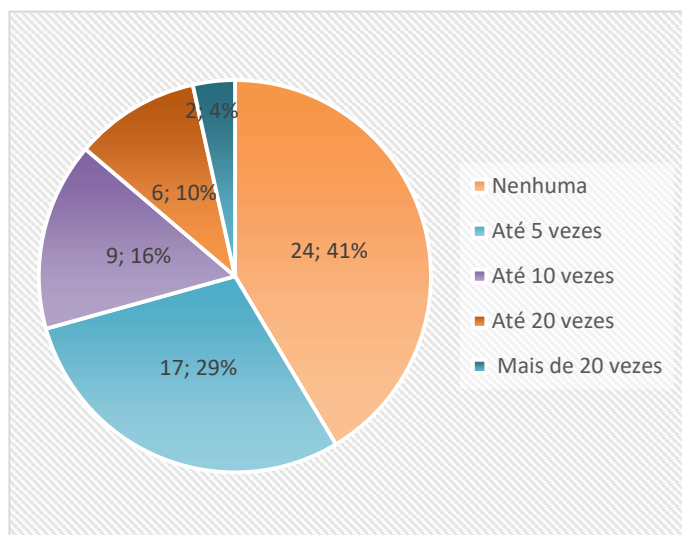


Fonte: Autor (2022).

Agora sobre o uso de redes sociais, a maioria representada por 31 associados (53%) disse que acessa mais de 20 vezes na semana e 10 (17%) até 20 vezes. Se comparado a quantidade de uso de aplicativo mobile e internet banking em uma semana foi menor visto que a maioria das respostas para o uso dos canais de atendimento digital foi de não usa nenhuma vez, um total de 24 (41%), desses são pessoas com mais de 46 anos sendo 18 pessoas e todos ouvem rádio, dos que utilizam, 17 (29%) falaram que até 5 vezes, 9 até 10 vezes (16%), 6 (10%) até 20 vezes

e 2(4%) 20 vezes ou mais. Esta situação vai de encontro ao pensamento de Souza e Meinen (2010) que outrora já defendiam a necessidade das cooperativas buscarem excelência em seus serviços prestados.

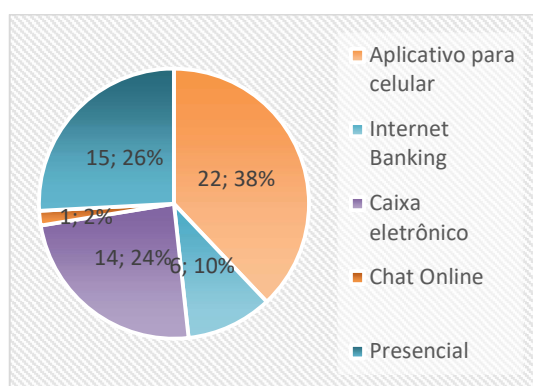
Figura 16 - Qual das opções expressa o número de vezes que em uma semana você acessa algum canal de atendimento digital como Internet banking ou aplicativo para celular e tablet?



Fonte: Autor (2022).

Para testar a preferência dos sócios quanto aos canais de atendimento 22 entrevistados (38%) responderam que é o aplicativo para celular, 15(26%) o presencial e 14(24%) o caixa eletrônico. E quanto a aprovação, foram indagados sobre se eram apropriados, a respostas foi unanime positiva em todas as entrevistas.

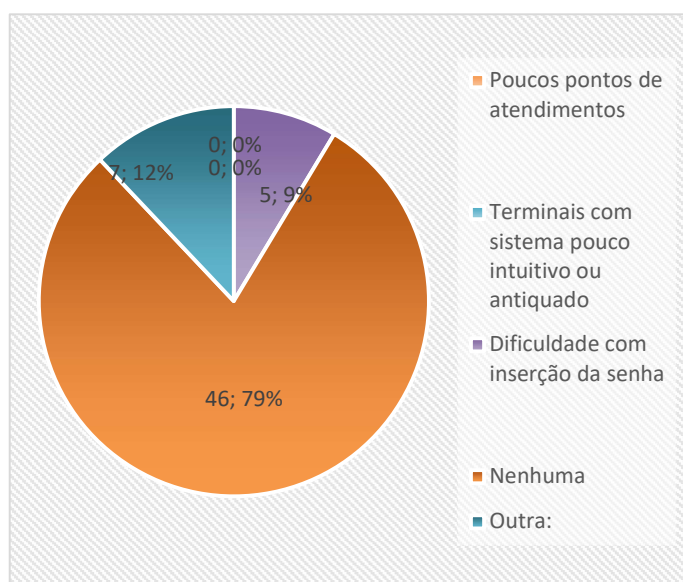
Figura 17 - Selecione o seu canal de atendimento preferido dentre os citados:



Fonte: Autor (2022).

Finalizando as questões feitas os associados, foi perguntado sobre as principais dificuldades e foi respondido na maioria dos questionários que não há dificuldades, dos que assinalaram que possuem 5 (9%) disse que a percebe no momento da digitação da senha que se dá pelas teclas laterais e não numéricas como na maioria das instituições do mercado. Outras 7 pessoas marcaram que tem outra dificuldade e quando questionadas de quais eram a resposta foi medo e insegurança de não por não saber, errar. Nenhuma das pessoas optou pelas respostas de poucos pontos de atendimento ou terminais com sistema pouco intuitivo ou antiquado.

Figura 18 - Qual a principal dificuldade que você percebe na utilização dos canais digitais de atendimento do Sicredi?



Fonte: Autor (2022).

6.4.1 PONDERAÇÕES DO AUTOR

Depois de analisar os dados expostos, conclui-se que o coronavírus não teve grande impacto na rotina dos associados, não somente em suas atividades financeiras como também nas mais simples do dia a dia. Cerro Branco tem como base da economia a agricultura, tem a maior parte do território rural com alguns lugares de difícil acesso e distantes da parte urbana da cidade, a maioria dos agricultores tem baixa ou média tecnologia e vários deles, dada pela observação in loco não tem veículo próprio, então vão poucas vezes ao centro da cidade tornando o fluxo de pessoas baixo. Além disso, e muito por causa também, a cidade foi junto com Coqueiro Baixo, Estrela Velha, Pedras Altas e Novo Tiradentes as últimas a terem casos

de Coronavírus diagnosticados, fato o que foi reportado pela emissora RBS TV e causou uma sensação de tranquilidade aos cidadãos Cerro-branquenses.

A agência Sicredi Cerro Branco nunca deixou de atender os seus sócios, houve períodos de isolamento social nos primeiros momentos da pandemia que um funcionário ficou responsável pelo atendimento ao público do lado externo da agência. Conforme as respostas dos questionários pode-se confirmar que a maioria dos que responderam ao questionário disseram não ter diminuído o número de vezes que foram até a agência.

Conforme os dados obtidos pode-se concluir que há um cenário que possibilita o uso dos canais digitais. A grande maioria tem o smartphone, internet e muitos usam redes sociais, mas o aplicativo do Sicredi não. Mais da metade da população da cidade tem idade superior a 30 anos, conforme mostrado pelo IBGE e quando se compara esse dado com as respostas dos questionários quanto ao uso dos canais digitais se confirma que a maioria dos que não usam esses canais tem idade superior a 46 anos, além disso a cultura da cidade colabora para que esse público não esteja familiarizado com as “modernidades” visto que a maior parte da população é agricultor e tem baixo nível de escolaridade, tais fatos expõem a necessidade de projetos de inclusão e educação digital.

A agência sempre incentivou o uso dos canais digitais, não mede esforços para ajudar os associados e ensiná-los, porém o alcance dessa ação é reduzido devido ao tempo de atendimentos aos associados e as outras atividades desenvolvidas na agência, fato é que a maneira para impactar positivamente a comunidade em maior escala é disseminar o conhecimento de como usar os canais digitais.

As principais dificuldades percebidas quanto ao caixa eletrônico é sem dúvidas a inserção da senha que é feita unicamente por teclas laterais que são respectivas a dois número onde apenas um é o que o associado deseja escolher, esse é um recurso de segurança que evita que pessoas alheias vejam os números digitados, porém causa dificuldades visto que não segue o padrão em outras intuições concorrentes nas quais os associados relataram saber operar funções básicas no caixa eletrônico mas que “se perdem na máquina do Sicredi”, uma solução para isso seria que as máquinas fossem habilitadas para que as senhas pudessem ser digitas tanto nos botões laterais como nas teclas numéricas.

Outra ação com potencial comentada com os entrevistados e com boa receptividade quando a aceitação seria um manual de como usar as funções básicas do caixa eletrônico e do

aplicativo, digo que este poderia ser junto a um calendário de recebimento dos benefícios do INSS visto que a agência não disponibiliza aos associados e alguns se confundem quantos ao seu dia de recebimento, junto neste manual poderia estar incluso como usar o cartão para compras ou alguma outra informação, produto ou serviço relevante. Este Manual impresso ou online poderia ser entregue aos associados no próprio atendimento para quem se julgar interessante assim como também junto a grupos específicos como grupos de terceira idade, sindicato dos trabalhadores rurais, entre outros.

Como é de conhecimento que muitos acessam redes sociais e não o aplicativo, posts e videoaulas ou o próprio manual proposto de como usar o aplicativo, internet banking e caixa eletrônico compartilhadas nestas mídias tem grande alcance. Para aqueles que não acessam redes sociais e tem internet poderia ser recorrido a outras mídias, foi perguntado no questionário e grande parte da população escuta a rádio comunitária local, que já tem patrocínio e parceria do Sicredi Cerro Branco, esse é um meio de comunicação que atinge públicos específicos e tem potencial para levar conhecimento até os mesmos, quando unido ou próximo ao programa do sindicato que é escutado por muitos agricultores e em um formato atrativo como por exemplo o minuto do Sicredi, com dicas rápidas ou então passo a passo de funções básicas de uso dos canais digitais.

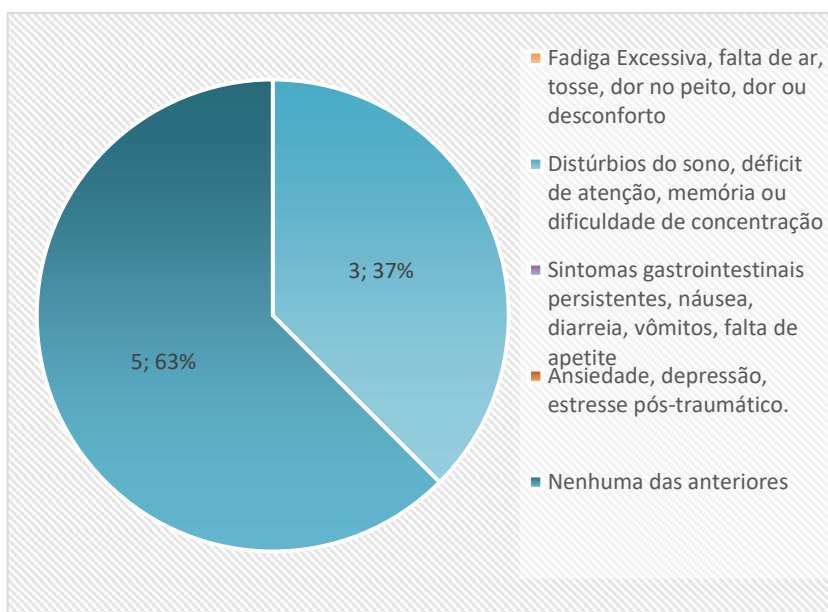
Ainda, buscando uma disseminação dentro das famílias, tanto de conhecimento como de aproximação e troca de experiências mútuas, seria inovador e de grande potencial incrementar junto ao programa do Sicredi União Faz a Vida que já disseminado em toda a cooperativa onde os participantes são estudantes e podem ser desafiados, incentivados a serem tutores dos seus pais, responsáveis, avós ou qualquer adulto a que sejam próximos, ajudando-os a usar as tecnologias visto que as novas gerações tem pré-disposição ao uso de inovações e por serem próximos não teriam algumas resistências enfrentados por colaboradores.

Essas são algumas considerações propostas a partir da observação de campo (*in loco*) que se após debatida e incrementada por colegas da área podem cumprir o objetivo de levar o conhecimento de como usar os canais de atendimento até os associados.

6.5 PERCEPÇÕES E CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS (COVID-19) NA ROTINA DOS COLABORADORES DO SICREDI CENTRO SERRA.

Em outro questionário construído e aplicado aos colaboradores foi perguntado sobre as sequelas, 5 pessoas (63%) não sinalizaram algum tipo e 3 pessoas (37%) indicaram apresentar distúrbios do sono, déficit de atenção, memória ou dificuldade de concentração os quais diferem em grau considerável aos quais foram apresentados conforme a FIOCRUZ (2020) no referencial.

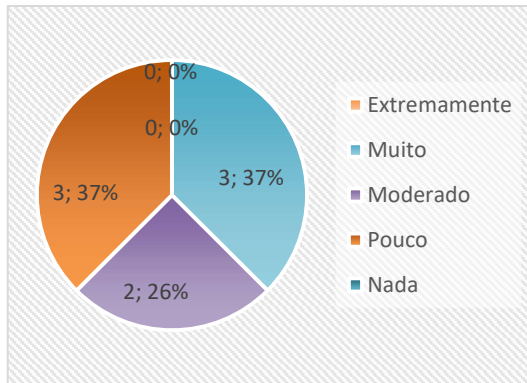
Figura 19 - Você apresenta alguma dessas sequelas?



Fonte: Autor (2022).

Seguindo a intenção de retratar os impactados da pandemia foi perguntado sobre a intensidade que a pandemia influenciou o dia a dia na esfera pessoal, as respostas foram distribuídas em 3 (37%) em muito, 3 em pouco (37%) e 2 (26%) em moderado.

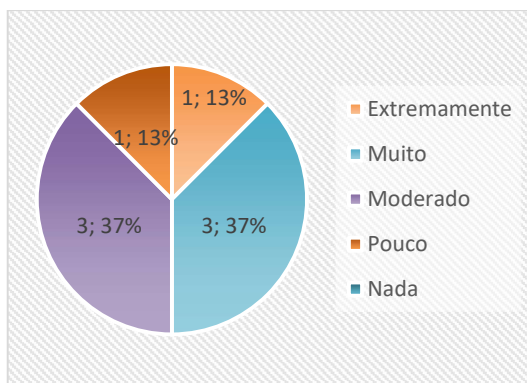
Figura 20 - Aponte a intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito pessoal:



Fonte: Autor (2022).

Quanto a influência no âmbito profissional, 3 questionados (37%) disseram que o grau foi moderado, para outros 3 (37%) foi muito, 1 (13%) foi pouco e 1 (13%) extremamente.

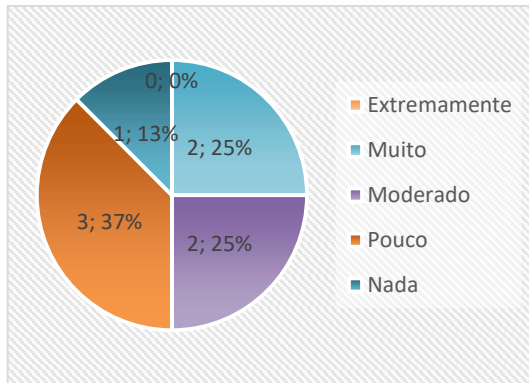
Figura 21 - Aponte a intensidade que a pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao contexto profissional:



Fonte: Autor (2022).

Na esfera psicológica, 3 entrevistados (37%) declararam pouca influência, 2 (25%) responderam moderada, outras 2 (25%) muito e 1 (13%) nenhuma. Tais impactos são teorizados no referencial por Baicu et al. (2020) quando este fala dos efeitos da pandemia quanto ao estilo de vida.

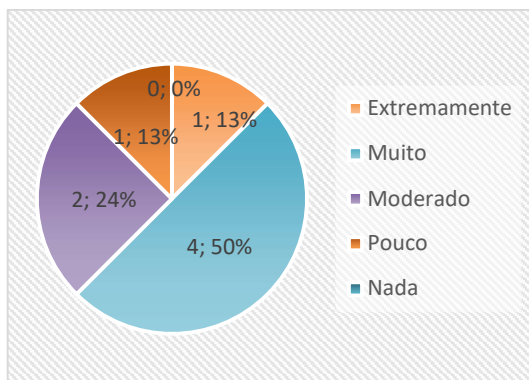
Figura 22 - Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito a esfera psicológica:



Fonte: Autor (2022).

Quando perguntados sobre o nível de preocupação com o impacto do coronavírus na empresa, a maioria foram 4 respostas (50%) de muito impacto, 2 (25%) de moderado, 1 de (13%) pouco e 1(13%) também de extremamente.

Figura 23 - Qual o nível de preocupação com o impacto do coronavírus na sua empresa?



Fonte: Autor (2022).

Na segunda parte da entrevista, com perguntas abertas, os colaboradores foram indagados sobre o posicionamento perante as alterações no rendimento e o potencial de uso do trabalho remoto, este é um tema bastante debatido atualmente pois com orientações de isolamento social, tornou-se frequente o uso do teletrabalho ou home office para uma parte de seus servidores. Tais repostas vão ao encontro do pensamento de Deloitte apud Siemens (2016) quando ele reforça a importância dos detalhes do dia a dia, como por exemplo do característico aperto de mão tradicional do Sicredi.

As respostas apontaram para uma já esperada limitação, um entrevistado do atendimento que trabalhou remotamente respondeu “Bastante limitado, pois tive que mudar toda a minha rotina e atividades para poder me adequar as necessidades da empresa, como meu cargo era atendimento tive que fazer tarefas da retaguarda” outra disse: “o rendimento meu não foi o mesmo, mas acho que varia de acordo com a pessoa. Posso afirmar que meu rendimento reduz em 50%”. A maioria das respostas permitem um entendimento, por parte dos colaboradores, de um consenso da potencialidade da modalidade de trabalho, porém é notória a necessidade de evolução tecnológica que vem acontecendo nos últimos anos.

Na pergunta seguinte, foi questionado das alterações notadas no rendimento/produktividade após o início da pandemia assim como as principais dificuldades e/ou benefícios, algumas respostas como “Sim. Picos de energia, insegurança afetaram um pouco. A produtividade deve ter caído 20%”, “o que mais me afetou foi o uso de máscaras. Quem tem rinite acaba passando um certo trabalho e desconforto, o que afetou a concentração e desempenho” e “Falta de contato físico com o associado, olhar olho no olho, aperto de mão”. Tais respostas apontam para percepções de impactos no rendimento assim como também na rotina dos colabores, o Sicredi é reconhecido pelo relacionamento com seus associados e a troca do tradicional cumprimento do aperto de mão por outras formas de saudações expõe tal realidade.

A próxima questão levantada foi se referente a novos tipos de capacitação após o início da pandemia, além das oferecidas na plataforma de cursos interna da empresa chamada de Sicredi Aprende, apenas um dos colaboradores entrevistados respondeu que realizou um curso, o Eneagrama da personalidade.

Os entrevistados foram perguntados do processo de adaptação às mudanças que ocorreram no seu dia a dia no que diz respeito as tecnologias, sistemas, processos, tarefas e/ou desafios, nas as principais repostas se evidenciam maior impacto na rotina de trabalho da repentina digitalização dos processos e com isso a necessidade imediata de mudança. Quanto aos desafios um colaborador respondeu: “Foi e é preciso flexibilidade. A pandemia fez alguns processos se anteciparem, mas também foram criadas muitas oportunidades. Os maiores desafios foi atender associados usando máscaras e distanciados”.

Na última pergunta, de mesmo tema da anterior, foi buscado entender o sentimento mais percebido, se de confiança com novas oportunidades ou preocupação com as consequências da pandemia. A maioria se sente confiante, a exemplo da resposta obtida “No final me sinto mais

confiante, pois com a pandemia as empresas tiveram que se reinventar e passamos a trabalhar de forma diferente, em muitos casos facilitou a vida de muitos, pois poder trabalhar de casa facilita”. Foi identificado também preocupação devido ao cenário de incerteza causado pela pandemia, em determinada resposta isso exposto quando o colaborador diz: “Um pouco preocupado com algumas sequelas que ela deixou em algumas pessoas e o medo de ter um novo vírus”. Importante salientar as respostas vão de acordo com os pensamentos destacados no referencial de Karnal (2020), Rocha (2007), Freire (1992) e Cortella (2020) sobre a esperança e espírito colaborativo em prol da comunidade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da disseminação do vírus denominado de Coronavírus várias mudanças ocorreram em todos os segmentos da sociedade. No que diz respeito ao sistema financeiro brasileiro tal fato veio a fortificar o processo pré-existente da transformação digital que já estava em curso. Inserido neste contexto, o presente trabalho buscou verificar as percepções dos colaboradores e associados quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS.

Foram abordados temas como o coronavírus, por intermédio de renomados autores como Vallejos, Thompson e Bezerra, Martins, Sinay e Gonçalves, Clavellina, Cecchetti e Schoenholtz, Cordeiro, Oliveira e Duarte. Para temas sobre transformação digital foram citados Schwab, Rogersm Simão Filho e Pereira, Heidrich, dentre outros foram autores que corroboram com os pensamentos do autor. Sobre o cooperativismo também tratado autores como Palhares, Pinhol, Abreu, Carlos Roberto Grohs, dentre outros foram as referências citadas e, por fim, em relação ao temas de canais digitais, os autores Carlos Roberto Grohs, Castro, Genovez, Baicu, Siemens, Costa e Carvalho foram as principais fontes.

Por este ser um estudo exploratório onde se utilizou de pesquisa bibliográfica tipo levantamento qualitativo e quantitativo os referenciais foram buscados por meio de leitura de livros, artigos, sítios de internet, relatórios e referenciais bibliográficos sobre a pandemia do coronavírus, juntamente com a análise de questionários disponibilizados a sócios e colaboradores da entidade, visando apontar suas percepções da pandemia do coronavírus quanto à utilização dos canais digitais de atendimento.

Quanto ao o histórico do Sistema Sicredi, a cooperativa Centro Serra, a agência de Cerro Branco e seus canais de atendimento foi aqui descrito com detalhes desde a criação da primeira cooperativa de crédito que iniciou em Nova Petrópolis – RS, no ano de 1902 por iniciativa do Padre Suíço Theodor Amstad passando pela rica história da Caixa Rural União Popular fundada em 21 de agosto de 1927 até o ano de 2022 onde várias mudanças vieram a causar percepções aos associados da agência Sicredi da cidade de Cerro Branco.

Das percepções dos associados, em relação a utilização dos canais de atendimento digitais, foram obtidos resultados um tanto inesperados. Foi concluído que a maioria dos 58 associados que responderam os questionários não quantificaram os impactos em grau maior que moderado. Foi identificado também que a grande maioria tem ferramenta necessária, acesso à

internet e acessa redes sociais, porém o número de pessoas que usa o aplicativo da cooperativa é expressivamente menor e não foi sinalizada nenhuma grande dificuldade.

Ao analisar a percepção dos colaboradores a maioria disse não ter sequelas significativas, o impacto na vida pessoas e esfera psicológica não foi expressivo, porém no que diz respeito a atividade profissional foi acentuado e teve grande impacto. Quando perguntados sobre o modelo de trabalho remoto e foi evidenciado que este não tem grande aceitação. Foi apontado quedas de rendimento pós pandemia, mas estas estão sendo superadas e as preocupações quanto aos impactos da pandemia na empresa são pequenas o sentimento mais externado foi o de confiança.

Durante a construção da pesquisa foram enfrentados alguns percalços. Para alcançar o público que não tem internet ou familiaridade com as ferramentas digitais foi necessário a utilização de questionários impressos que por sua vez é mais demoradora para responder e tabular, os dados e referências da cidade e da agência se mostram escassos então foi necessário recorrer a materiais internos da cooperativa e do município para que assim fosse concluído o trabalho. Como possibilidade de continuação da pesquisa seria de grande ajuda aos associados da agência os investimentos necessários para a aplicação dos projetos sugeridos nas considerações, buscando assim o desenvolvimento local da população.

8 REFÊRENCIAS

ABREU, M. A. B. A. **Considerações Sobre o Funcionamento do Cooperativismo de Crédito no Brasil**. In: PALHARES, V. M. A.; PINHO, D. B. (Org.). O Cooperativismo de Crédito no Brasil, do Século XX ao Século XXI. Santo André, SP: Esetec, p. 97 a 114. 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio De Janeiro: Zahar, 2000.

BERMUDES, Wanderson Lyrio. et al. Tipos de escalas utilizadas em pesquisas e suas aplicações. **Vértices**, Campos dos Goytacazes/RJ, v.18, n.2, p. 7-20, maio/ago, 2016.

BEZERRA NETO, F.; ANDRADE, F.V.; NEGREIROS, M.Z.; SANTOS JÚNIOR, J.S. **Desempenho agro econômico do consórcio cenoura x alface lisa em dois sistemas de cultivo em faixa**. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 21, n. 4, p. 635-641, outubro/dezembro 2003. Disponível em: <<https://www.sicredi.com.br/coop/integracaomtappa/noticias/sicredi-chega-a-marca-de-2-mil-agencias-no-brasil/>>. Acesso em:

BRASIL. **Lei do Cooperativismo nº 5.764 de 16 de dezembro de 1971**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%205.764%2C%20DE%2016,cooperativas%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs>.

CAMPOS, Ana Cristina. **Desemprego subiu 27.6% em quatro meses de pandemia. Agência Brasil, 2020**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/desemprego-subiu-276-em-quatro-meses-de-pandemia>.

CASTRO, J. T. F. **Proposta de análise do banco virtual no contexto dos canais bancários e da aceitação do cliente**. Biblioteca Digital FGV, 2015.

CECCHETTI, Stephen G .; SCHOENHOLTZ, Kermit L. **Finanças e tecnologia: o que está mudando e o que não está. Fostering FinTech for Financial Transformation**, 2020.

CNN – CNN Brasil. **Britânica de 90 anos é a primeira a receber a vacina da pfizer fora dos testes**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/britanica-de-90-anos-e-primeira-a-receber-a-vacina-da-pfizer-fora-dos-testes/> Acesso em: 30 nov. 2022.

CORDEIRO, Antônio Menezes; OLIVEIRA, Ana Perestrelo de; DUARTE, Diogo Pereira. **FinTech: Desafios da Tecnologia Financeira**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2019.

COSTA, Francisco José; DE CARVALHO, Diana Lucia Teixeira. **Intensidade de Uso de Internet Banking: Análise de Fatores Comportamentais**. Revista Gestão. Org, v. 15, n. 1, p. 11-21, 2017.

FAE, Curitiba, v.12, n.2, p.73-87, jul./dez. 2009. BAICU, C. G. et al. **The impact of COVID-19 on consumer behavior in retail banking. Evidence from Romania, Management & Marketing. Challenges for the knowledge society**, v. 15, Special Issue, p. 534-556, 2020. DOI: 10.2478/mmcks-2020-0031.

FEBRABAN. **Pandemia acelera bancarização e uso de canais digitais no Brasil**. Disponível em: <<https://noomis.febraban.org.br/temas/inovacao/pandemia-acelera-bancarizacao-e-uso-de-canais-digitais-no-brasil>>.

FIGUEIREDO, K. F., ZACHARIAS, M. L. B., ALMEIDA, V. M. C. de. (2008). **Determinantes da Satisfação dos Clientes com Serviços Bancários**. RAE - eletrônica, 7(2).2008.

FILHO, B.A.C. & MAZZON, J.A. (2000). **Automação Bancária: uma análise sob a ótica do cliente**. (Em SILVA, M. T. (2000).

GENOVEZ, R. S. **Como a COVID-19 vai forçar bancos, estabelecimentos comerciais e pagamentos a se reinventarem**. Visa - Sala de imprensa, 16 abr. 2020.

GROHS, Carlos Roberto. **TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO NO SISTEMA DE CRÉDITO COOPERATIVO SICREDI**. Porto Alegre, 2011.

GUERRA, Elaine Linhares de Assis. **Manual Pesquisa Qualitativa**. Belo Horizonte, MG. 2014.

HEIDRICH, Felipe, et al. O impacto competitivo na Indústria Brasileira com a aplicação da Indústria 4.0. In: **Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI 2017)**, XX., Agenda de transição para Indústria 4.0, São Paulo, ago. 2017. Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2017/artigos/E2017_T00091_PCN80167.pdf>.

IBGE. **Panorama Cerro Branco**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/cerro-branco/panorama>>.

Interface Comunicação Empresarial. **Transformação digital: os desafios e impactos nas empresas e na sociedade.** Disponível em:

<https://interfacecomunicacao.com.br/transformacao-digital-os-desafios-e-impactos-nas-empresas-e-na-sociedade/>.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Ipea projeta queda no PIB em 2020 por conta do impacto do Covid-19 na economia brasileira.** IPEA, 2020. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=35408>.

JORNALSPNORTE. **Estudo mostra que 82% dos domicílios no Brasil têm acesso à internet.** Disponível em: <<https://www.jornalspnorte.com.br/estudo-mostra-que-82-dos-domicilios-no-brasil-tem-acesso-a-internet/>>.

MAGALDI, Sandro; NETO, José Salibi. **Gestão do amanhã: tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na quarta revolução industrial.** São Paulo: Gente, 2018.

MATTOS, F. A. M. **Emprego e Distribuição de Renda nas Regiões Metropolitanas de São Paulo e do Rio de Janeiro: os anos 80.** Dissertação (Mestrado em Economia) - Instituto de Economia. Campinas, SP: UNICAMP, 1994.

MARTINS, Aurea de Carvalho; SINAY, Cristina; GONÇALVES, Clayton Pereira. O Impacto da Covid-19 na Receita de Intermediação Financeira. **Revista Razão Contábil & Finanças**, v. 11, n. 2, 2020.

MINAYO, Maria C. de S.(Org). **Pesquisa Social, teoria método e criatividade.** 28 ed. Petrópolis – RJ, Vozes: 2009.

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz G. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.

PINHO, Diva Benevides. **O Cooperativismo no Brasil: da vertente pioneira à vertente solidária.** São Paulo: Saraiva, 2004.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO BRASIL. **Números do cooperativismo 2010.** Disponível em: <<http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/ramos/estatisticas.asp>>.

PINHEIRO MACHADO FILHO, C.A.; MARINO, M.K.; CONEJERO, M.A. **Gestão estratégica em cooperativas agroindustriais**. Disponível em <Disponível em <http://www.fia.com.br/PENSA/>>.

PRAÇA, Fabíola Silva Garcia. **Metodologia da pesquisa científica**: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão. Disponível em: http://www.uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170627112856.pdf.

ROGERS, D. L. **Transformação Digital**: repensando o seu negócio para a era digital. 1. ed. 2. reimp. São Paulo: Autêntica Business, 2018.

SANTOS, P; et al.: **A estrutura de tecnologia da informação na cadeia de valor sob o contexto da indústria 4.0**. In: Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI 2017), XX, São Paulo, ago. 2017.

SHIRIGATTI, Elisângela Lobo; KASPRZAK, Luis Fernando Fonseca. Home Office: origem, conceito e inferências sobre o significado social do novo modelo de trabalho flexível. **Revista Científica de administração**, Paraná, v.8, n.8. jan./jun. 2007.

SICREDI. **Sicredi chega a Roraima e passa a atuar em todos os estados brasileiros**. Disponível em: <<https://www.sicredi.com.br/site/sobre-nos/noticias/sicredi-chega-roraima-e-passa-atuar-em-todos-os-estados-brasileiros/>>.

SICREDI. **Sicredi e Fipe divulgam pesquisa inédita sobre impacto do cooperativismo de crédito na economia do Brasil**. Disponível, em:<<https://www.sicredi.com.br/coop/celeiro-co/noticias/sicredi-e-fipe-divulgam-pesquisa-inedita-sobre-impacto-do-cooperativismo-de-credito-na-economia-do-brasil/>>.

SIEMENS. **Conceito de Indústria 4.0**. 2017. Disponível em: https://w5.siemens.com/portugal/web_nwa/pt/AcademiaSiemens/noticias/arquivo/PressReleas e/2017/Documents/PARTE_1_O_que_e_a_Industria_4_0.pdf.

SIMÃO FILHO, A.; PEREIRA, S. L. A. **Empresa Ética em Ambiente Ecoeconômico**: a contribuição da empresa e da tecnologia da automação para desenvolvimento sustentável inclusivo. São Paulo; Quartier Latin do Brasil, 2014.

SISTEMA FIRJAN. **Panorama da Inovação**: Indústria 4.0. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016.

SCHWAB, K. **A quarta revolução Industrial**. Tradução de Daniel Moreira Miranda. 1º ed. – São Paulo: Edipro, 2016.

SOARES, R. O & HOPPEN, N. (1997) Aspectos da Utilização da Internet pelos Bancos: Um estudo baseado em home-pages. **Revista Organização e Sociedade**. p.p. 91-117, 1997.

VALLEJOS, B. et al. Medidas emergenciais adotadas pelo Sistema Financeiro Nacional devido à pandemia do Coronavírus - Covid 19. **Revista Ciências do Trabalho**, n. 17, 2020.

9 APÊNDICES

PESQUISA SOBRE O IMPACTO DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS (COVID-19) E A UTILIZAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS PELOS ASSOCIADOS DA AGÊNCIA SICREDI CENTRO SERRA DE CERRO BRANCO

Chamo-me Thiago e convido você a participar da pesquisa sobre o impacto da pandemia do novo Coronavírus (Covid-19) e a utilização dos canais digitais pelos associados da agência Sicredi Centro Serra de Cerro Branco. O objetivo principal desta é de verificar, através do olhar dos colaboradores e dos sócios, os impactos e percepções gerados pela pandemia do Coronavírus, quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS. Sua colaboração neste estudo é muito importante, mas a decisão em participar deve ser sua. Se você não concordar em participar ou quiser desistir em qualquer momento, isso não causará nenhum prejuízo a você. Você terá também que concordar que suas respostas possam ser analisadas pelos pesquisadores. As respostas serão digitadas e analisadas e os pesquisadores envolvidos no projeto conhecerão esse material para discutir os resultados. A não participação na pesquisa não afetará em nenhum aspecto sua participação na extensão ou na atividade de ensino. Todos os procedimentos para a garantia da confidencialidade aos participantes serão observados, procurando-se evitar descrever informações que possam lhe comprometer. O benefício esperado com a pesquisa será compreender o impacto da pandemia do novo coronavírus (covid-19) e a utilização dos canais digitais pelos associados da agência sicredi centro serra de cerro branco-RS. O risco que você pode correr ao realizar a pesquisa é de ser identificado mesmo com todos os cuidados de sigilo adotados. Mas, se diante dessas explicações você acha que está suficientemente informado(a) a respeito da pesquisa que será realizada e concorda de livre e espontânea vontade em participar. Caso você possua perguntas sobre o estudo ou se pensar que houve algum prejuízo pela sua participação nesse estudo, pode conversar a qualquer hora com a coordenadora da pesquisa Estéfani Sandmann de Deus através do telefone 0XX519191681604. Diante das explicações você acha que está suficientemente informado(a) a respeito da pesquisa que será realizada e concorda de livre e espontânea vontade em participar, como colaborador. Se sim, basta assinar essa declaração.

ASSINATURA: _____

Área de atuação:

- Administrativo/caixa
- Atendimento
- Outro, qual: _____

1. Gênero

- Masculino
- Feminino
- Outro, qual: _____

2. Qual sua faixa etária?

- Até 24 anos
- De 25 a 45 anos
- De 46 a 66 anos

- Mais de 67 anos

3. Qual seu nível de instrução?

- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Mestrado
- Doutorado
- Outro, qual: _____

4. Quantas vezes você contraiu o Coronavírus?

- Nenhuma
- Uma vez

- Duas vezes
 Três vezes ou mais
5. **Você se vacinou?**
 Sim
 Não
6. **Você apresenta algumas destas sequelas?**
 Fadiga Excessiva, falta de ar, tosse, dor no peito, dor ou desconforto
7. **Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito pessoal:**
 Extremamente
 Muito
 Moderado
 Pouco
 Nada
8. **Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao contexto profissional:**
 Extremamente
 Muito
 Moderado
 Pouco
- Distúrbios do sono, déficit de atenção, memória ou dificuldade de concentração
 Sintomas gastrointestinais persistentes, náusea, diarreia, vômitos, falta de apetite
 Ansiedade, depressão, estresse pós-traumático.
 Outro, qual? _____
- Nada
9. **Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito a esfera psicológica:**
 Extremamente
 Muito
 Moderado
 Pouco
 Nada
10. **Qual o nível de preocupação com o impacto do coronavírus na sua empresa?**
 Extremamente
 Muito
 Moderado
 Pouco
 Nada
11. **Você trabalhou remotamente? Qual seu posicionamento sobre as alterações no rendimento do colaborador e o potencial para uso de tal modelo de trabalho?**
12. **Você notou alteração no seu rendimento/produktividade no seu rendimento de trabalho após o início da pandemia? Quais as principais dificuldades ou benefícios?**
13. **Você fez algum tipo de capacitação além das oferecidas no Sicredi Aprende após o início da pandemia? Se sim, cite o(s) que lhe proporcionaram melhor aproveitamento?**
14. **Como foi o processo de adaptação às mudanças que ocorreram no seu dia a dia? Foram inseridas novas tecnologias, sistemas, processos, tarefas e/ou desafios?**
15. **No cenário de pós pandemia você se julga confiante com novas oportunidades identificadas ou preocupado perante as consequências da pandemia?**

PESSQUISA SOBRE O IMPACTO DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS (COVID-19) E A UTILIZAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS PELOS ASSOCIADOS DA AGÊNCIA SICREDI CENTRO SERRA DE CERRO BRANCO

Chamo-me Thiago e convido você a participar da pesquisa sobre o impacto da pandemia do novo Coronavírus (Covid-19) e a utilização dos canais digitais pelos associados da agência Sicredi Centro Serra de Cerro Branco. O objetivo principal desta é de verificar, através do olhar dos colaboradores e dos sócios, os impactos e percepções gerados pela pandemia do Coronavírus, quanto à utilização dos canais digitais de atendimento na agência de Cerro Branco da Cooperativa de Crédito Poupança e Investimento Sicredi Centro Serra RS. Sua colaboração neste estudo é muito importante, mas a decisão em participar deve ser sua. Se você não concordar em participar ou quiser desistir em qualquer momento, isso não causará nenhum prejuízo a você. Você terá também que concordar que suas respostas possam ser analisadas pelos pesquisadores. As respostas serão digitadas e analisadas e os pesquisadores envolvidos no projeto conhecerão esse material para discutir os resultados. A não participação na pesquisa não afetará em nenhum aspecto sua participação na extensão ou na atividade de ensino. Todos os procedimentos para a garantia da confidencialidade aos participantes serão observados, procurando-se evitar descrever informações que possam lhe comprometer. O benefício esperado com a pesquisa será compreender o impacto da pandemia do novo coronavírus (covid-19) e a utilização dos canais digitais pelos associados da agência Sicredi Centro Serra de Cerro Branco-RS. O risco que você pode correr ao realizar a pesquisa é de ser identificado mesmo com todos os cuidados de sigilo adotados. Mas, se diante dessas explicações você acha que está suficientemente informado(a) a respeito da pesquisa que será realizada e concorda de livre e espontânea vontade em participar. Caso você possua perguntas sobre o estudo ou se pensar que houve algum prejuízo pela sua participação nesse estudo, pode conversar a qualquer hora com a coordenadora da pesquisa Estéfani Sandmann de Deus através do telefone 0XX519191681604. Diante das explicações você acha que está suficientemente informado(a) a respeito da pesquisa que será realizada e concorda de livre e espontânea vontade em participar, como colaborador ? Se sim, basta assinar essa declaração.

Ass.: _____ Nome _____

- | | |
|--|--|
| <p>1. Gênero</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Feminino</p> <p><input type="checkbox"/> Outro:</p> | <p><input type="checkbox"/> De 46 a 66 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 67 anos</p> |
| <p>2. Qual sua faixa etária?</p> <p><input type="checkbox"/> Até 24 anos</p> <p><input type="checkbox"/> De 25 a 45 anos</p> | <p>3. Qual seu nível de instrução?</p> <p><input type="checkbox"/> Analfabeto</p> <p><input type="checkbox"/> Fundamental incompleto</p> <p><input type="checkbox"/> Fundamental completo</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino Médio</p> |

- Ensino Superior ou outro
4. Marque uma opção quanto a sua profissão:
- Aposentado
- Empregado com carteira assinada
- Estudante
- Desempregado
- Outro: _____
5. Há quantos anos você reside em Cerro Branco?
- Menos de 5 anos
- Mais de 5 anos
- Mais de 20 anos
- Desde que nasci
- Outra cidade:
6. Há quantos anos você é associado do Sicredi Cerro Branco?
- Menos de 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 2 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos
7. Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito financeiro:
- Extremamente
- Muito
- Moderado
- Pouco
- Nada
8. Aponte a intensidade que pandemia do Coronavírus influenciou o seu dia a dia no que diz respeito ao âmbito pessoal:
- Extremamente
- Muito
- Moderado
- Pouco
- Nada
9. O número médio de vezes que você vai até agência em um mês diminuiu em comparação ao período que antecede a pandemia?
- Sim
- Não
10. Você mora em zona urbana ou rural?
- Urbana
- Rural
11. Você tem acesso à internet?
- Sim
- Não
12. Com que frequência você escuta rádio?
- Muita frequência
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca
13. Você possui aparelho eletrônico tal como smartphone, tablet, computador ou semelhante?
- Sim
- Não
14. Quantas vezes em uma semana você utiliza algum aparelho eletrônico citado anteriormente?

- Não uso
 - Até 5 vezes
 - Até 10 vezes
 - Até 20 vezes
 - Mais de 20 vezes
15. Qual das opções expressa o número de vezes que você acessa alguma rede social em uma semana?
- Nenhuma
 - Até 5 vezes
 - Até 10 vezes
 - Até 20 vezes
 - Mais de 20 vezes
16. Qual das opções expressa o número de vezes que em uma semana você acessa algum canal de atendimento digital como Internet banking ou aplicativo para celular e tablet?
- Nenhuma
 - Até 5 vezes
 - Até 10 vezes
- Até 20 vezes
 - Mais de 20 vezes
17. Selecione o seu canal de atendimento preferido dentre os citados:
- Aplicativo para celular
 - Internet Banking
 - Caixa eletrônico
 - Chat Online
 - Presencial
18. Você considera os canais de atendimento do Sicredi apropriados?
- Sim
 - Não
19. Qual a principal dificuldade que você percebe na utilização dos canais digitais de atendimento do Sicredi?
- Poucos pontos de atendimentos
 - Terminais com sistema pouco intuitivo ou antiquado
 - Dificuldade com inserção da senha
 - Outra:
 - Nenhuma