Como é o futuro dos bancos



Confiança: o novo capital dos bancos

Questionar as recomendações do gerente do seu banco (ou um dos, já que hoje a maioria dos brasileiros tem mais de uma conta) é uma daquelas experiências coletivas difíceis de escapar. Por isso, cada vez mais, a confiança se torna o ativo mais valioso para as instituições.

> "A confiança é uma relação emocional, que vai além da tecnologia"
>
> **Márcio Bastos**
> diretor executivo da Accenture Song

"A confiança é uma relação emocional, que vai além da tecnologia", afirma Márcio Bastos, diretor executivo da Accenture Song. Na perspectiva do consumidor, segundo ele, isso exige que os bancos deixem de ser apenas balcões de serviços e passem a atuar como conselheiros financeiros, capazes de entender o contexto de vida de cada cliente.

E confiança, claro, não se conquista da noite para o dia. "Ela é construída com segurança nas transações, oferta de produtos adequados e empatia nos momentos difíceis", diz Joana Henklein, diretora executiva da Accenture. Agora a tecnologia — especialmente a inteligência artificial generativa — é a chave para escalar essa confiança sem perder o toque humano.

Leandro Araes, diretor executivo da Accenture, defende que a indústria financeira sempre foi um catalisador das novas tecnologias na América Latina e foi responsável pelas grandes transformações que ocorreram na sociedade.

"Agora caminhamos para uma maior integração entre as indústrias, começando por telecomunicações e produtos", afirma Araes. "Ao eliminar as fricções, as funções de bancos estarão muito mais distribuídas nas atividades comuns de consumo e serviço. E natural que, quando ela começar a trazer mais facilidade ao dia a dia das pessoas, ela se transformará em parte integrante das famílias ou do seu bem-estar."

> "Agora caminhamos para uma maior integração entre as indústrias, começando por telecomunicações e produtos"
>
> **Leandro Araes**
> diretor executivo da Accenture

Personalização não é adivinhação

Embora a hiperpersonalização seja uma promessa antiga, ela ainda tropeça na prática. "Os consumidores se queixam que os bancos sabem tudo sobre nós, mas usam pouco essas informações para nos ajudar de verdade", diz Bastos. Ele defende que a personalização precisa ser uma conversa de mão dupla: "Não é sobre adivinhar o que o cliente quer, mas escutar e reagir com inteligência."

Joana reforça que o futuro dos bancos está em falar a língua do cliente — seja por texto, áudio, e-mail ou presencialmente. "Quando o banco adapta sua linguagem à realidade do cliente, ele cria vínculos mais sólidos e duradouros."

> "Quando o banco adapta sua linguagem à realidade do cliente, ele cria vínculos mais sólidos e duradouros."
>
> **Joana Henklein**
> diretora executiva da Accenture

Quatro fatores que impulsionam o amor à marca nos bancos

Tranquilize-me
Construa confiança e transparência além dos depósitos, tornando-se parceiro do bem-estar financeiro dos clientes.

Lembre-se de mim
Mostre continuidade ouvindo e acompanhando os clientes em sua jornada.

Encante-me
Eleve o serviço em todos os canais e trate o como um impulsionador de valor, garantindo interações significativas e sem interrupções.

Recompense-me
Vá além de taxas e tarifas — recompense os clientes pelo momento, pelo comportamento e pelo relacionamento.

De obstáculo a facilitador de sonhos

O conceito de "banco agnóstico" surge como uma resposta à frustração dos clientes com interações bancárias que mais atrapalham do que ajudam. "Historicamente, os bancos competiam para ver quem atrapalhava menos. Agora, a disputa é por quem ajuda mais", diz Bastos.

Na visão da Accenture, um banco agnóstico é proativo: avisa sobre riscos, propõe soluções e age com base nas preferências do cliente. "No futuro, bancos que empurram produtos irrelevantes simplesmente deixarão de ser usados. O cliente apaga o app e segue em frente", explica Joana. "A tecnologia permite que agentes do consumidor conversem com agentes do banco, e essa conversa será entre máquinas, mas com limites éticos claros."

> "Historicamente, os bancos competiam para ver quem atrapalhava menos. Agora, a disputa é por quem ajuda mais"
>
> **Márcio Bastos**
> diretor executivo da Accenture Song

O humano na convergência entre tecnologia, empatia e criatividade

A evolução acelerada das capacidades de inteligência artificial e o aprimoramento de protocolos de comunicação, que facilitam a colaboração entre plataformas de multiagentes, quebram uma barreira importante na democratização da tecnologia, segundo Araes.

"Nos próximos seis a 12 meses, a IA será amplamente utilizada em todas as fases do desenvolvimento de software criando novas formas de trabalho. Já temos exemplos maduros nas etapas de desenho e testes", afirma Araes. "Métodos e metodologias de entrega de projetos já precisam ser renovadas. Ciclos de entrega menores permitirão que gestores de negócio tenham iterações com maior qualidade e velocidade avaliando resultados e benefícios."

Quem incorporar IA ao núcleo dos processos sairá na frente. "A transformação cultural será enorme", diz Araes.

> "Nos próximos seis a 12 meses, a IA será amplamente utilizada em todas as fases do desenvolvimento de software criando novas formas de trabalho."
>
> **Leandro Araes**
> diretor executivo da Accenture

Com a automação de processos operacionais, os bancos precisarão de profissionais capazes de atuar em tarefas mais humanas. "Nunca os bancos precisaram tanto da convergência entre tecnologia, empatia e criatividade", diz Bastos. Ele defende que o futuro exige profissionais que entendam os problemas humanos e reinventem soluções com as novas ferramentas disponíveis.

Joana destaca que reskilling e upskilling são fundamentais: "A força de trabalho precisa ser treinada para interagir com máquinas e tomar decisões com base em dados. E, mais do que nunca, saber explicar um produto complexo na linguagem do cliente será um diferencial."

> "...mais do que nunca, saber explicar um produto complexo na linguagem do cliente será um diferencial."
>
> **Joana Henklein**
> diretora executiva da Accenture

Continue a conversa

Como é o banco do futuro?

Com IA, cada interação pode ser uma oportunidade de conexão. Participe da conversa no LinkedIn.

Copyright © 2026 Accenture. Todos os direitos reservados.