

**FARN**

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE  
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO  
NORTE**

**UM ESTUDO ANALÍTICO DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES BANCÁRIOS SOBRE  
O PROCESSO DE EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA, NUMA AGÊNCIA NA ZONA SUL DE NATAL**

**SADRAK ESTÁCIO DE SOUZA**

**UM ESTUDO ANALÍTICO DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES  
BANCÁRIOS SOBRE O PROCESSO DE EVOLUÇÃO  
TECNOLÓGICA, NUMA AGÊNCIA NA ZONA SUL DE NATAL**

**NATAL**

**2007**

**NATAL  
2007**

# FARN

SADRAK ESTÁCIO DE SOUZA

## UM ESTUDO ANALÍTICO DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES BANCÁRIOS SOBRE O PROCESSO DE EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA, NUMA AGÊNCIA NA ZONA SUL DE NATAL

Monografia apresentada ao Curso de  
Graduação em Ciências Contábeis da  
Faculdade Natalense para o  
Desenvolvimento do Rio Grande do  
Norte como requisito obrigatório para  
obtenção do grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis

Orientador:

Carlos Eduardo Marinho Diniz,  
M. Sc.

NATAL  
2007

**Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN**  
**Setor de Processos Técnicos**

**Souza, Sadrak Estácio de**

**Um estudo analítico da percepção dos clientes bancários sobre o processo de evolução tecnológica, numa agência na zona sul de Natal / Sadrak Estácio de Souza. – Natal: FARN, 2007.**

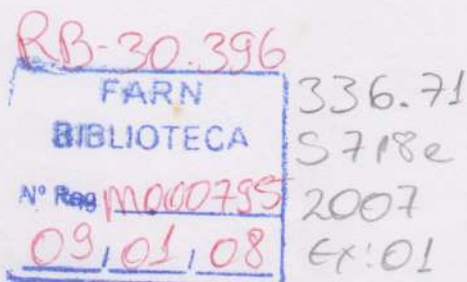
**50 fls.**

**Orientador: Carlos Eduardo Marinho Diniz (M. Sc.)**  
**Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.**

**1. Automação Bancária – Monografia. 2. Mercado Financeiro – Monografia. 3. Sistema Bancário – Monografia. I. Título.**

**RN/FARN/BC**

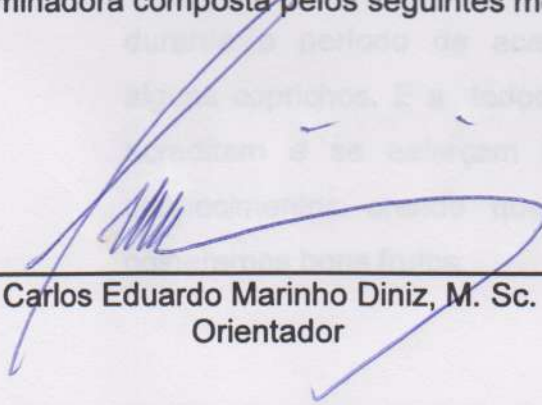
**CDU 336.71**



SADRAK ESTÁCIO DE SOUZA

UM ESTUDO ANALÍTICO DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES BANCÁRIOS SOBRE  
O PROCESSO DE EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA, NUMA AGÊNCIA NA ZONA SUL  
DE NATAL

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Natalense  
para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte e aprovado em 29 de Novembro  
de 2007, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros

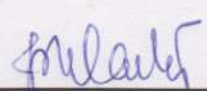


---

Carlos Eduardo Marinho Diniz, M. Sc.  
Orientador

---

Aluisio Alberto Dantas, M. Sc.  
Membro examinador



---

Joana Dar'c Medeiros, M. Sc.  
Membro examinador

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado disposição e saúde durante o período em que me dediquei a minha formação acadêmica e ao conhecimento científico alcançado e lealdade em que me dediquei a esforçando-me para, sem ele não teria chegado até o final.

Aos meus pais por ter conduzido-me pelo caminho dos meus princípios e da ética de maneira que eu não me desviei dele, pelo apoio e carinho que sempre me incentivaram a seguir em frente.

A minha esposa pelo paciência, dedicação e apoio durante os quatro anos de academia e pela filha Esther que nasceu no transcorrer deste período.

Pela minha sogra Dinah e meu sogro Zeca que de maneira indireta contribuíram para o meu sucesso.

Aos meus irmãos, amigos e parentes que estiveram e estarão comigo até o fim e não deixaram em nenhuma ocasião quando precisei.

Ao prof. Carlos Eduardo pelo apoio e dedicação que sempre me incentivaram a seguir em frente e a buscar novos conhecimentos.

Dedico meu trabalho a minha esposa Danielle e minha filha Esther que foi por elas que durante o período de academia abri mão de alguns caprichos. E a todos que assim como eu acreditam e se esforçam na busca de novos conhecimentos crendo que no futuro próximo colheremos bons frutos.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado disposição e saúde durante o período em que me dediquei a minha formação universitária ajudando-me e esforçando me, pois, sem ele não teria chegado até o final.

Aos meus pais por ter conduzindo-me pelo caminho dos bons princípios e da ética de maneira que eu não me desviei dele, pelo apoio e carinho que sem medir esforços eles dedicaram a mim.

A minha esposa pela paciência, dedicação e apoio durante os quatro anos de academia e pela filha Esther que nasceu no transcorrer deste período.

Pela minha sogra Dinah e meu sogro Zeca que de maneira indireta contribuíram para o meu sucesso

Aos meus irmãos, amigos e parentes que acreditaram que eu chegaria até o fim e não exitaram em me apoiar quando precisei.

Ao prof. Carlos Eduardo pelo apoio e dedicação que certamente contribuíram para o sucesso dos meus trabalhos.

Palavra-chave: Automação, Gestão Financeira e Bancos

## RESUMO

Em tempos globais, acredita-se que não dar para sobreviver sem automação de forma ampla, como exemplo à bancária. Por isto a Instituições Financeiras tem investido grandes vultos neste processo. No caso da instituição financeira em estudo, a mesma investe em automação bancária desde a década de 60 e continuou nas décadas de 70, 80 com maior ênfase a partir de meados dos anos 90, pois sabe que proporcionou benefícios diversos ao banco, como redução de custos e agilidade em seus processos internos bem como aos cliente, proporcionando agilidade, praticidade e tarifas menores e diferenciadas. Diante do exposto a pesquisa revelou a percepção dos clientes bancários sobre o processo de evolução tecnológica numa agência na zona sul de Natal e com isto identificou a viabilidade dos processos relativos à automação bancaria sob a ótica da instituição bancaria e dos clientes e verificando se os mesmos estão satisfeito com a instituição financeira. E se ela está atendendo os anseios daqueles que ali depositam seus recursos monetários. Por Tratar-se de um estudo de caso com pesquisa descritiva que tinham como pressuposto registrar os resultados dos 100 questionários emitidos com 18 perguntas cada, dos quais 86 foram respondido sendo, aplicado no ambiente da agencia bancária e respondidas pelos clientes de maneira que proporcionou dados suficientes que foram tratados em planilha do excel para que assim pudesse ter subsídio suficiente para a analise, e com isto fosse atingido o objetivo da pesquisa revelando a viabilidade dos processos relativos a automação bancária sob a ótica da instituição bancária e dos clientes. Pelo resultado encontrado na pesquisa verifica-se que foi possível colher dados importantes para que o objetivo da mesma fosse alcançado. tais como: A utilização da internet e internet banking, a facilidade de entendimento das informações que instituição disponibiliza para seus clientes de maneira que veio a beneficiar a maioria dos entrevistados.

**Palavra-chave:** Automação, Gestão Financeira e Bancos

## ABSTRACT

Global times, one gives credit that not to give to survive without automation of ample form, as example to the bank clerk. For this the Financial Institutions have invested great countenances in this process. In the case of the financial institution in study, the same one invests in banking automation since the decade of 60 and continued in the decades of 70, 80 with bigger emphasis from middle of years 90, therefore it knows that it provided diverse benefits to the bank, as reduction of costs and agility in its internal processes as well as the customer, providing lesser and differentiated agility, praticidade and tariffs. Ahead of displayed the research she disclosed the perception of the banking customers on the process of technological evolution in an agency in the south zone of Christmas and with this she identified the viability of the relative processes to the automation would bank under the optics of the institution would bank and of the customers and verifying if the same ones they are satisfied with the institution financeira. E if it is taking care of the yearnings of that they deposit its monetary resources there. By Being about a study of case with descriptive research that they had as estimated to register the results of the 100 questionnaires emitted with 18 questions each, of which 86 they had been answered being, applied in the environment of the banking agency and answered for the customers thus it provided given enough that they had been dealt with in spread sheet excel so that thus could have enough subsidy for analyzes, and with this the viability of the relative processes was reached the objective of the research disclosing the banking automation under the optics of the institution bank clerk and of clientes. Pelo joined result in the important given research verifies if that it was possible spoon so that the objective of the same one was reached such as: The use of InterNet and InterNet banking, the easiness of agreement of the information that institution disponibiliza for its customers thus it came to benefit the majority of the interviewed ones.

**Keywords:** Automation, Financial Management and Banking

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1 – Revela o percentual de clientes utilizam a internet                                                                | 24 |
| Gráfico 2 – Quanto a frequência de utilização da internet                                                                      | 24 |
| Gráfico 3 – Quanto ao tempo como correntista da agencia                                                                        | 25 |
| Gráfico 4 – Quanto a utilização dos serviços internet banking                                                                  | 26 |
| Gráfico 5 – Quanto a frequência de utilização do internet banking                                                              | 26 |
| Gráfico 6 – Quanto ao tipo de operações utilizadas pelos clientes no internet bank                                             | 27 |
| Gráfico 7 – Quanto ao entendimento e facilidades das operações prestadas no internet                                           | 27 |
| Gráfico 8 – Quanto ao tipo de operações que os clientes realizam no A'tms                                                      | 28 |
| Gráfico 9 – Quanto a frequência que os cliente de utilização dos guichês de caixa                                              | 29 |
| Gráfico 10 – transações realizada nos caixas x auto-atendimento saque c  cartão                                                | 30 |
| Gráfico 11 – Demonstrativo e comparativo das transações de deposito                                                            | 31 |
| Gráfico 12 – Transações com cartão x recibo de retirada realizadas nos caixas                                                  | 32 |
| Gráfico 13 – Quanto ao nível de dificuldade em operar as máquinas de A'tms                                                     | 33 |
| Gráfico 14 – Quanto a dificuldade baseado as respostas afirmativas no gráfico 10 ao fazer uso das máquinas de auto-atendimento | 34 |
| Gráfico 15 – Quanto a opinião dos benefícios que automação bancária proporciona aos usuários                                   | 35 |
| Gráfico 16 – Quanto a satisfação em relação aos produtos e serviços pelo banco de forma geral                                  | 36 |
| Gráfico 17 – Quanto aos serviços que poderia ser melhorado                                                                     | 36 |
| Gráfico 18 – Quanto ao nível de conhecimento dos canais alternativos do banco                                                  | 37 |
| Gráfico 19 – Quanto ao conhecimento dos canais alternativos os que mais usa                                                    | 38 |
| Gráfico 20 – Quanto a satisfação em relação aos canais alternativos do banco                                                   | 39 |
| Gráfico 21 – Quanto ao perfil do sexo                                                                                          | 39 |
| Gráfico 22 – Quanto ao perfil – faixa etária (em anos)                                                                         | 40 |
| Gráfico 23 – Quanto ao perfil estado civil dos entrevistados                                                                   | 40 |
| Gráfico 24 – Quanto ao perfil - Escolaridade                                                                                   | 41 |
| Gráfico 25 – Quanto ao perfil - Profissão                                                                                      | 42 |
| Gráfico 26 – Quanto ao perfil nível de renda dos entrevistados                                                                 | 42 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO .....                          | 9  |
| 1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA .....             | 9  |
| 1.2 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA .....  | 11 |
| 1.3 OBJETIVOS .....                         | 12 |
| 1.3.1 Geral .....                           | 12 |
| 1.3.2. Específicos .....                    | 12 |
| 1.4 JUSTIFICATIVA .....                     | 12 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO .....                 | 14 |
| 2.1 MERCADO FINANCEIRO .....                | 14 |
| 2.2 SERVIÇOS FINANCEIROS .....              | 14 |
| 2.3 PRODUTOS FINANCEIROS .....              | 15 |
| 2.4.SISTEMA BANCÁRIO .....                  | 16 |
| 2.4.1 Atividades e serviços bancários ..... | 17 |
| 2.5 AUTOMAÇÃO BANCÁRIA .....                | 19 |
| 2.6 HISTÓRICO DA AUTOMAÇÃO BANCÁRIA .....   | 20 |
| 3 METODOLOGIA .....                         | 21 |
| 3.1 TIPO E PESQUISA.....                    | 22 |
| 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....                 | 22 |
| 3.3 COLETA DE DADOS.....                    | 23 |
| 3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DE DADOS .....  | 23 |
| 4 ANÁLISE DE DADOS.....                     | 24 |
| 5 REFERENCIAL TEÓRICO .....                 | 43 |
| REFERENCIAS .....                           | 46 |
| APENDICES .....                             | 48 |

## INTRODUÇÃO

### 1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA PESQUISA

No início do século XX houve com a revolução industrial uma mudança no cenário mundial e em relação ao trabalho o homem pode fazer uso das máquinas nas indústrias. Com isto, o processo produtivo ganhou agilidade, mas, era preciso humanizar o trabalho, pois, os operários trabalhavam em média 14 horas por dia e por conseguinte acidentes acontecia. (GONÇALVES, 2006).

Com advento da 1ª guerra mundial era necessário que os homens fossem para guerra, porém o processo produtivo não podia parar foi aí que entra no cenário as mulheres que ganharam espaço, por conseguinte redução na carga horária e descanso remunerado. (GONÇALVES, 2006).

Conforme, (A GLOBALIZAÇÃO, 2007) O domínio da tecnologia por um seleto grupo de países ricos, porém abriu um fosso com os demais, talvez o mais profundo em toda a história conhecida. Roma, quando império universal, era superior aos outros povos apenas na arte militar, na engenharia e no direito. Hoje os países núcleos da globalização (os integrantes do G-7), distam, em qualquer campo do conhecimento, anos-luz dos países do Terceiro Mundo.

Automação bancária tem com viver sem ela? Acredita se que não, pois as Instituições Bancárias tem investido muito desde a década de 60 com mais ênfase a partir dos anos 90. Pela comodidade agilidade e segurança com os serviços são disponibilizados e com isto reduzido fluxo dos clientes no interior das agências. Proporciona a redução dos custos operacionais praticando tarifa diferenciada para os que fizerem uso das salas de auto atendimento.

Observa se que a resistência por parte de alguns usuários em não fazer uso dos serviços de auto-atendimento bancários, revela a questão cultural, de um país em desenvolvimento e existem muitas pessoas que estão no ritmo dele, a questão é que elas insistem em não se modernizarem, gosta do atendimento personalizado e estão cada vez mais se tornando imediatista em relação ao atendimento.

Neste cenário houve consideráveis mudanças nos últimos 20 anos o sistema financeiro que estava voltado para uma ciranda financeira devido a uma inflação descontrolada que chegou ao seu ápice no final dos anos 80, sofre um

impacto em 1995 com o advento do Plano Real, que provoca mudanças, principalmente no sistema financeiro a mais importante foi a queda da inflação que faz com que os poupadores comecem a visualizar outros investimentos mais atrativos no tocante aos rendimentos tais como: fundos de investimentos e bolsa de valores, pois, a poupança que sempre rendeu 0,5% mais TR e inflação não tem mais o atrativo que tinha antes primeiro com o confisco por parte do governo federal levando muitos ao desespero, depois a inflação galopante dava aos poupadores uma impressão de ganho que nada mais era do que, o repasse inflacionário por parte do governo federal. Começa então uma nova era onde o governo vai fazer de tudo para que a inflação não venha ser novamente a principal estrela no cenário financeiro nacional.

As Instituições Financeiras se beneficiavam com a situação em que o país se encontrava, eles também tiveram que fazer mudanças, era preciso continuar lucrando, para isto tinha que reduzir custo, porém o que fazer? A um incentivo por parte de um determinado banco para que seus funcionários mais antigos aderissem PDV (Plano de Demissão Voluntária) Atitude que algumas Instituições vinham tomando no decorrer da sua trajetória (ajuste no quadro de funcionários) dando a eles condições para estarem mais tranquilos para se estruturarem e continuarem crescendo no atual mercado financeiro, observa-se que ajustes são necessários porque existe uma competição ganha aqueles que utilizam as melhores estratégias, para que elas possam estarem atuante no mercado em que está inserida mesmo que algumas vezes seja necessário reduzir quadro de funcionários.

Quanto aos funcionários dessas instituições o que dizer muitos deles já acomodado em suas funções, mudar não seria tarefa fácil, alguns deles optaram por se aposentarem antecipadamente acreditando que com os valores por eles recebidos estariam dando um passo importante para sua independência financeira, pois, tinham em mente serem donos dos seus próprios negócios, muitos não tiveram o cuidado de saberem se estava preparados para tão importante decisão o panorama econômico agora era outro o que se tinha projetado nos anos de inflação alta certamente deveria ter sido repensado para que não acontecesse o que muitos não gostaria. A decepção de um projeto orçado, mas, não realizado. Os funcionários que ficaram tinham agora um grande desafio, as mudanças iniciadas não poderiam mais parar era necessário está atento aos acontecimentos dentro e fora do ambiente

de trabalho para estarem pronto no seu dia-dia e justificar que ainda são empregáveis. Estava lançado o desafio agora era provar que pelo menos pagam os salários por eles recebidos e é capaz de ajudar as instituições a continuarem tendo bons resultados.

## 1.2 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

Com a demanda mais exigente, um mercado promissor e o fim da ciranda inflacionária percebe se que há necessidade por parte da Instituições Financeiras em investir mais em tecnologia para num futuro próximo reduzir custos. Processo que exige dos administradores planejamento voltado tanto para as Instituições como para os clientes que são o alvo principal neste contexto sejam ofertantes ou demandantes que estão cada vez mais exigindo melhor atendimento com qualidade e agilidade.

Por isto não se pode abrir mão da tecnologia que certamente quando bem utilizada proporciona eficiência e eficácia trazendo para aqueles que fazem uso dela conforto, segurança e rapidez quando o assunto é auto atendimento.

O presente trabalho busca verificar o porquê de alguns usuários dos serviços bancários insistirem em não utilizar uma importante ferramenta que é as salas de aTm's nos dias atuais e também averiguar junto as Instituições Bancárias o que se tem feito para incentivar os seus usuários a fazerem uso dos atm's aja visto reduzir os custos operacionais. E, através desta pesquisa juntar dados que possa fomentar idéias para reduzir os custos atrelado as operações bancárias. **Diante do exposto o presente trabalho intenciona elucidar a seguinte questão: Qual a percepção dos clientes bancários em relação ao processo de evolução tecnológica numa agência da zona sul de Natal?**

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 Objetivo Geral

Identificar o quanto é perceptível para os clientes bancários os processos relacionados a evolução tecnológica.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Demonstrar e Analisar os principais serviços ofertados e demandados pela agência em estudo;
- b) Apresentar o perfil do cliente da agência estudada;
- c) Analisar o nível de satisfação dos clientes em relação aos procedimentos eletrônicos e inovadores.

### 1.4 JUSTIFICATIVA

O que impulsionou o pesquisador a fazer a pesquisa foi o fato de que a automação bancária provocou mudanças extraordinárias no relacionamento entre clientes e as instituições financeiras de maneira que os serviços que outrora era realizado por um funcionário. Tais como: requisição de extrato, consulta de saldos pagamento de contas de consumo e outros mais passam a ser executados pelo próprio cliente não foi tarefa fácil, pois, é bom ser atendido por pessoas até mesmo pela interação que o relacionamento pessoal proporciona abrir mão disto no começo não seria tão fácil.

As instituições financeiras investiram e continuam investindo, pois, seus administradores acreditam que a cultura muda com o passar do tempo e as pessoas tendem a se ajustarem aos processos o qual são submetidos. Por conseguinte nota-se que o fluxo de cliente no interior das agências bancárias vem reduzido anos após anos com o decorrer do tempo para as instituições é importante uma adesão maior aos produtos e serviços disponibilizado nos canais alternativos tais como: bank phone, home banking, at'ns etc.com sutileza está assumindo posições cada vez mais confortáveis ocupando espaços que dantes era realizado por pessoas.

O que chama mais atenção é o fato de que muitos usuários reclamam das mudanças com advento da automação bancária, mas, acabam reconhecendo que ela veio para ficar e com isto aqueles que tomaram consciência de que o fator tempo é muito importante na atualidade, levam vantagens em fazer uso das máquinas que são cada vez mais destaque neste nosso mundo globalizado.

No atual cenário econômico onde a concorrência é acirrada as Instituições investem pesado no tocante a automação, pois, sabe que tem muito espaço para conquistar e aos poucos vai consolidando os produtos e serviços por eles oferecido.

Com o objetivo de reduzir custo e com isto maximizar os resultados Seja de forma direta ou indireta os clientes vão fazendo uso dos produtos e serviços ofertado pelas instituições, tendo como atrativo tarifas menores e um serviço com tecnologia de ponta que não está aquém dos países de 1º mundo. Acredita se esse trabalho irá contribuir para que as Instituições e seus clientes possam interagir entre si de maneira que seja notório o benefício para ambas as partes e venha proporcionar conforto qualidade e segurança para os clientes e assim sendo atrair aqueles que ainda não faz uso dos aTm's .conscientizando-os que não tem como associar futuro sem automação.

Foi de suma importância abordar este tema por ser pouco explorado no universo acadêmico e poder contribuir com informações relevante ao tema.

Para academia servirá de referencia para os futuros pesquisadores que se propuserem em explorar mais o tema ou terem base para algum assunto concernente ao mesmo.

Sendo assim acredita se que no tocante a automação bancária há muita coisa a se explorar e que a pesquisa proporcionará esclarecimento a todos quanto tiverem interesse pelo assunto abordado e principalmente os clientes que circulam no ambiente da agencia a qual o pesquisador explorará .

## 2.2 SERVIÇO FINANCEIRO

De acordo com Gilman (2001, p. 34) Serviços financeiros "é a parte das finanças que lida com a prestação de assistência e produtos financeiros".

Desta dize os serviços financeiros são todos os atos e fatos desenvolvidos por profissionais de finanças dentro da organização na qual o mesmo atua, em busca

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O conceitos abaixo serviram de embasamento para que fosse estruturado o trabalho.

### 2.1 MERCADO FINANCEIRO

De acordo com Assaf Neto, (2001p.94) A intermediação financeira desenvolve-se de forma segmentada com base em quatro subdivisão

- a) Mercado Monetário
- b) Mercado Crédito
- c) Mercado de Capitais
- d) Mercado Cambial

Apesar de servirem de referência para o estudo do mercado financeiro esses segmentos sugeridos de mercado muitas vezes se confundem na prática, permitindo que as várias operações financeiras interagem por meio de um amplo sistema de comunicações .

De acordo com Mellagi Filho, (2000 p.17) podemos chamar de sistema financeiro ou bancário o conjunto de instituições e operações ocupadas com o fluxo de recursos monetários entre os agentes econômicos. Basicamente, é o mercado de emprestadores e tomadores de empréstimos, sendo que o valor da remuneração dos empréstimos é chamado de juro ou, em termo percentuais, de taxa de juros. Essa taxa representa, em dado período, a remuneração relativa que os emprestadores obterão e o custo relativo com que os tomadores de arcar. Em uma abordagem microeconômica, consideramos que a taxa de juros é dada pelo equilíbrio entre a demanda e a oferta de fundos emprestáveis.

### 2.2 SERVIÇO FINANCEIRO

De acordo com Gitman (2001, p. 34) Serviços financeiros "é a parte das finanças que lida com a prestação de assessoria e produtos financeiros".

Diante disto os serviços financeiros são todas as atividades desenvolvidas por profissionais de finanças dentro da organização na qual o mesmo atua, em busca

do alcance de objetivos que são estabelecidos, dentre eles o que sempre é priorizado a lucratividade.

## 2.3 PRODUTO FINANCEIRO

Os produtos financeiros são os elementos que fazem parte de todo o contexto da administração financeira empregada dentro de uma organização ou empresa.

São instrumentos que possibilitam a execução de atividades ou serviços de finanças em qualquer organismo vivo com fins lucrativos.

Segundo Assaf Neto (2001, p. 162): Os principais produtos financeiros (ativos e passivos) disponíveis no mercado financeiro são:

A - Certificado/Recibo de depósitos bancário (CDB/RDB) - Constituem-se em títulos de renda emitidos pelos banco comerciais/múltiplos e bancos e investimentos destinados a lastrear operações de financiamento de capital de giro.

B - Certificado de depósito interfinanceiro (CDI) - São títulos que lastrejam as operações do mercado financeiro.

C - Hot Money - São caracteristicamente operações de curtíssimo prazo (um dia), visando atender às necessidades imediatas de caixa das empresas.

D - Desconto de duplicatas e notas promissórias - As operações bancárias de descontos costumam usar o conceito de desconto simples por fora, no qual o juro incide sobre o montante da dívida, e não sobre o principal solicitado de empréstimo.

E - Factoring - É uma operação voltada, sobretudo à prestação de serviços às pequenas e médias empresas, como gestão de caixas e estoques, controle de contas a pagar e a receber, negociações com fornecedores etc.

F - Commercial papers - São títulos emitidos à captação pública de recursos para o capital de giro da empresas.

G - Recolhimentos compulsórios - É determinado pelo banco central do Brasil e incide, atualmente, sobre os depósitos a vista, depósitos à prazo(poupança), fundos de investimento e recursos em trânsito.

H - Warrants - Constitui-se numa compra dentro de um prazo preestabelecido, de certa quantia de ações a determinado preço, definido por preço de exercício.

I – Títulos conversíveis – Constitui-se também uma forma de opção do investidor em adquirir ações da empresa eminente, a um preço e quantidade previamente definidos.

J - Export note – É um título representativo de uma operação de seção de créditos de exportação, sendo lastreados em negociações de vendas a importadores estrangeiros.

Segundo Fortuna (2002, p. 125): "Analisando a estrutura de mercado conclui-se que o banco é a instituição mais popular, e pela sua abrangência, a mais importante".

De acordo com o que foi exposto, é permitido afirmar que há uma variedade de produtos e serviços que são oferecidos para os mais diferentes tipos de clientes em um sistema financeiro, mais precisamente dentro de uma instituição bancária.

Ainda de acordo com Fortuna (2002, p. 126):

Tomar o dinheiro excedente de quem tem e empresta-lo para quem precisa deixou de ser há muitos anos, a principal característica do mercado bancário brasileiro.

A prestação dos mais variados serviços também se tornou importante alavanca da expansão do sistema financeiro na renda nacional, ajudando a canalizar recursos das mais diversas fontes para os cofres carentes do deficitário setor público.

Entende-se por produtos de serviços os relacionados à prestação de serviços aos clientes, cuja remuneração ao banco é obtida através do float (permanência de recursos transitórios dos clientes no banco) ou pela cobrança de tarifas de prestação de serviços.

#### 2.4.1 Atividades e serviços bancários

### 2.4 SISTEMA BANCÁRIO

De acordo com Silva (2000, p. 26): Não há dúvida que a atividade dos bancos faz parte de nossa vida diária, na prestação de serviço ou na intermediação financeira. Os serviços bancários nos dizem respeito de forma direta.

Os bancos são hoje instituições de caráter universal, no que toca à diversidade de suas operações, e com presença marcante no mundo globalizado. São agentes financeiros de empresas, indivíduos e governos. Como agentes do

desenvolvimento, além da intermediação de fundos de longo prazo, tornaram-se indispensáveis na operacionalização dos mercados de capitais.

Para Fortuna (1992, p.4):

Os bancos passaram a assumir o papel de líderes de grandes conglomerados, onde atuam coordenadamente todas as modalidades de instituições financeiras que, embora com grande quantidade de pequenos bancos regionais detêm o maior volume e negócios de intermediação financeira e prestação de serviço.

Na prestação de serviços, os bancos se transformaram em celeiros de esperteza na avaliação dos investimentos (avaliação de projetos, de empreendimentos e de empresas), dos riscos e na administração dos portfólios dos investidores.

Na dinâmica da gestão macroeconômica, eles cumprem a nobre função de agir como os intermediários financeiros de toda uma nação. Ao captarem e aplicarem recursos alocam os capitais segundo a lógica de retorno dos investimentos privados e a consistência das políticas públicas assumidas pelas autoridades.

Os bancos procuram capitalizar e preservar o valor principal dos investimentos financeiros dos seus depositantes. E procedem a essa complexa tarefa detectando as mais atraentes oportunidades de negócios, captando e aplicando recursos, gerando serviços financeiros, oferecendo assessoramento, criando bases para parcerias, buscando alternativas locais e internacionais de fortalecimento da estrutura de capitais a baixo custo e gerando parcerias estratégicas.

#### 2.4.1 Atividades e serviços bancários

É difícil imaginar o cotidiano sem a presença dos bancos. É por meio deles que os trabalhadores recebem salários e quaisquer outros rendimentos, pagam contas, liquidam contratos, contratam seguros, aplicam em poupança, financiam bens de consumo e investem com o propósito de recebimento de juros, obtém-se crédito e realizam incontáveis operações financeiras na vida civil e profissional. Essa presença tem sido crescente desde o surgimento da instituição bancária, que se confunde com o próprio aparecimento do sistema capitalista de produção.

Segundo Assaf Neto (2001, p. 110-111):

O sistema bancário presta inúmeros e importantes serviços a todos os segmentos da economia, cujas opções vêm ampliando-se bastante nos últimos anos. Essas atividades impulsionam o crescimento de inúmeras instituições, seja por meio da cobrança de tarifas ou outras formas de receitas ou, ainda, pelo ganho que podem obter do *floating* que diversas operações costumam oferecer.

De acordo com o Sr. Julio Cesar, gerente da agência em estudo (2007), alguns dos principais serviços prestados pelas instituições bancárias são apresentadas a seguir:

A emissão de saldos e extratos de conta corrente em terminais de computador; emissão de documentos de crédito(DOC); acesso eletrônico a saldos de aplicações financeiras; extratos por meio de fax e serviços de *homebanking*; fornecimento de requisições avulsas de talões de cheques e de cheques avulsos; caixas eletrônico para saque, depósitos etc.; emissões de cartões eletrônicos e cartões de crédito; situação de pagamentos de cheque; cobranças bancárias; débito automático em conta corrente de tarifas públicas; abertura de crédito etc.

De acordo com Fortuna (1992, p. 9):

O banco atual instala caixas avançadas em grandes clientes, retira numerário, paga seus empregados e fornecedores, credita a cobrança no mesmo dia de pagamento, oferece caixas automáticos, cartões de crédito, cheques especiais, cheques de viagem, custódia e ordem de pagamentos; oferece ainda outros produtos como depósitos a prazo fixo, fundos, seguros e poupança.

De acordo com a fiscalização... (2004) "A atividade bancária é uma atividade licenciada e os bancos trabalham com dinheiro de terceiros".

Como trabalham com dinheiro de terceiros, é necessário que se aperte a fiscalização das atividades bancárias, para evitar que gestões fraudulentas propositadas ou não, com intenção de prejudicar os depositantes e auferir lucro para a instituição aconteçam.

Ainda de acordo com Fortuna (1992, p. 11):

Para Silva (1998, p. 26):

Não há dúvida de que as atividades dos bancos fazem parte de nossa vida diária, seja na prestação de serviço ou na intermediação financeira, assim como um supermercado, uma loja de departamentos ou um restaurante, as atividades e serviços prestados pelos bancos dizem respeito em nosso cotidiano de forma direta.

Com o desenvolvimento das diversas atividades bancárias que são desenvolvidas, há maior facilidade na satisfação de necessidades como alimentação, saúde, segurança e habitação.

Ainda segundo Silva (1998, p. 26): Através a intermediação, que consiste basicamente no fato de um banco receber depósito de vários clientes e utilizar os recursos desses depósitos para efetuar empréstimos para outros clientes.

Quando um cliente vai fazer um depósito, o banco normalmente tendem a não estar preocupado com as qualidades do cliente, pois de forma objetiva, é o cliente quem está assumindo o risco ao colocar seu dinheiro naquele banco. Porém, ao efetuar um empréstimo ou financiamento, há uma preocupação do banco em avaliar a capacidade de pagamento desse cliente, pois o recebimento daquele empréstimo é fundamental para manter a solidez e a reputação, de modo a garantir aos seus depositantes e aplicadores a segurança de que terão de volta o dinheiro relativo aos seus depósitos e suas aplicações. Essa situação descrita é uma das atividades bancárias mais utilizadas e praticadas nas redes bancárias.

#### 2.4.2 Importância e função de um banco

Segundo Silva (1998, p. 110):

Fatores como o porte das empresas a serem atingidas, áreas de atuação geográfica, segmentação de mercado e produtos financeiros, serão decisivos na determinação dos padrões de crédito. Operar com grandes empresas e grandes negócios requer padrões de avaliação de risco compatíveis.

Segundo Fortuna (1992, p. 9) "Difícilmente se poderá identificar uma data a partir da qual os bancos passaram a exercer-se as funções de grandes prestadores de serviços".

Ainda de acordo com Fortuna (1992, P. 11):

Como prestadores de serviços, tanto a clientes oficiais como a particulares, como agentes reguladores do mercado financeiro, como intermediadores na movimentação dos valores ou mesmo como absorvedores de mão-de-obra, como centenas de milhares de funcionários, os bancos são engajados e firmemente arraigados no cenário econômico-financeiro-social do país.

De acordo com Silva (1998, p. 47):

As funções de captar e aplicar recursos, associadas a prestação de serviços, é que propicia o retorno para os acionistas dos bancos, possuindo como importante função a intermediação financeira, é sem dúvida facilitadora para a consecução dos objetivos de diversos segmentos da atividade econômica.

Dessa forma os bancos participam com uma série de funções determinantes no que se refere à sua contribuição para alcançar e manter a estabilidade econômica. Eles contribuem com a sua parte, assim como o fazem a indústria, o comércio e o setor de serviços, posto que, criar e manter um regime de estabilidade é do interesse de todos.

## 2.5 AUTOMAÇÃO BANCÁRIA

A experiência brasileira com a introdução de tecnologia aplicada à automação bancária segundo (SCHMITZ; MAHL 2000) , é um exemplo da utilização de tecnologias de informação em um país com transformações industrializadoras, uma vez que os bancos têm feito uso intensivo de equipamentos para processamento de dados, como, por exemplo, as grandes indústrias transnacionais. O processo de automação bancária no Brasil iniciou-se com os primeiros investimentos no começo da década de 60, difundindo-se posteriormente, nas décadas de 70 e 80, com uso de equipamentos de grande porte. A grande revolução nesse período foi a implementação dos sistemas on line, que possuem a capacidade de interligação de dados entre centrais e agências simultaneamente. O desejo de automatizar os serviços administrativos motivou a capacitação do sistema de telecomunicações e a aquisição de modernos equipamentos de informática.

A introdução de novas tecnologias de informação e processamento de dados mudou o perfil das agências, que começaram a ter maior autonomia e deixaram de ser simples pontos de arrecadação de impostos e depósitos bancários passando a intensificar a oferta de contratos de créditos e vários tipos de aplicações financeiras, além da prestação de serviços bancários diversos. Esse novo perfil exigiu o desenvolvimento e a repadronização das rotinas, que acabaram impactando em mudanças no atendimento aos clientes e nas tarefas executadas pelos trabalhadores, ou seja, as condições organizacionais foram essenciais na unificação da automação bancária.

As três principais conseqüências da expansão da automação bancária foram:

- a) A expansão do mercado, que possibilitava a captação de mais clientes, pois havia condições de oferecer um completo e variado conjunto de produtos baseados na eficiência e rapidez;
- b) A agilidade no fluxo de informações, resultando no aumento da rentabilidade bancária;
- c) A redução das despesas, que é conseqüência do aumento da produtividade do trabalho

O processo de automação bancária não foi conduzido utilizando-se uma única tecnologia ou em um único período de tempo, mas, sim, através de avanços sucessivos que proporcionaram saltos de produtividade.

## 2.6 HISTÓRICO DA AUTOMAÇÃO BANCÁRIA

Para Porter (1999), As mudanças no ambiente das agências em bancos, com a ampliação do espaço para o auto-atendimento e a redução ao back Office, é um claro prenúncio de que a transferência dos serviços bancários para os equipamentos não tem limite. O resultado é o aumento da lucratividade e da produtividade de um determinado ponto, levando os bancos a atender mais e melhor os clientes e não clientes (usuários) com a mesma estrutura de pessoal.

Segundo Porter (1999) dados da Federação Brasileira das Associações de Bancos (Febraban), publicados na Gazeta Mercantil de 16 de setembro de 1999, naquele ano havia no Brasil cerca de 90 mil equipamentos para self-service, com um crescimento de 19,8% em 1998, ano em que foram realizadas mais de 4 bilhões de transações por auto-atendimento e 4,8 bilhões de transações na boca do caixa.

No Bradesco, um dos maiores bancos privados do Brasil, as transações do auto-atendimento já representam 71% do total.

Segundo (PIRES; COSTA FILHO 2001) Esses serviços automatizados e informatizados, em particular o auto-atendimento, requerem pesados investimentos em tecnologia. Para se ter uma idéia, o setor bancário nacional investiu nos últimos anos R\$ 2,2 bilhões ou cerca de US\$ 1,1 bilhões em informática e telecomunicações.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 TIPO DE PESQUISA

Segundo Barros; Lehfeld (2000, p.78) "é importante esclarecer que todo trabalho científico nasce de uma dificuldade ou questionamento que deve ser cuidadosamente formulado".

Assim afirma-se que a metodologia é, ainda, o caminho a ser percorrido para que sejam atingidos os objetivos da pesquisa. Neste caso este estudo foi exploratório.

Quanto aos objetivos, trata-se de um estudo descritivo, no qual Gil, (1991) afirma que este tipo de pesquisa tem por objetivo descrever as características peculiares de uma determinada população ou, então o estabelecimento de relações entre determinadas variáveis.

Quanto aos procedimentos, trata-se de um estudo de caso utilizando a pesquisa descritiva. Para Barros; Lehfeld (2000), o estudo de caso é caracterizado como uma modalidade de estudo nas Ciências Sociais, que se volta à coleta e registro de informações sobre um ou vários casos particularizados, composto de relatório organizados e avaliados, com margem a decisões e intervenções sobre escolhido para a investigação e pode ser aplicada em uma comunidade, uma organização ou em uma empresa.

#### 3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Segundo Gil (1991, p. 114) Para que o ambiente se torne o mais adequado para a realização da pesquisa uma serie de cuidados devem ser tomados. É preciso, primeiramente, assegurar que o fenômeno ocorra numa forma suficientemente pura ou notável para que se torne exeqüível a pesquisa. Isto exige naturalmente apreciável conhecimento do ambiente.

Baseado na informação a população foi os 6587 clientes da agencia bancária na grande Natal, tendo como amostra os 86 clientes que responderam os questionários, de um total de 100 questionários que foram emitidos.

### 3.3 COLETAS DE DADOS

Nesta etapa da pesquisa realizou-se a aplicação das técnicas de coleta de dados. Segundo Barros; Lehfeld (2000 p.89) "a coleta de dados significa a fase da pesquisa em que se indaga e se obtém dados da realidade pela aplicação de técnicas".

Para esta pesquisa foi utilizado a técnica de questionário, constituído por perguntas que foram respondidas por escrito pelos clientes e não clientes que circulam na agência do Banco Bradesco S/A , 2821/5 Ponta Negra U. Natal-RN e observação direta participante.

Para Lakatos; Marcone (1992, p. 107), são consideradas técnicas "um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência; são, também, a habilidade para usar esses preceitos ou normas, na obtenção de seus propósitos". Portanto, refere-se a parte prática de coleta de dados e apresentam duas grandes divisões documental indireta, abrangendo a pesquisa documental e a bibliográfica e documental direta.

### 3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DE DADOS

Após concluído a fase de coleta de dados, o pesquisador registrou todos os dados em planilha do excel para depois passar ao processo de classificação. Barros e Lehfeld, (2000, p. 93) afirma que nesse momento , os dados são examinados e transformam-se em elementos importantes para a comprovação ou das hipóteses". A análise foi quantitativa e qualitativa que foram desenvolvidos para efeito desta planilhas e gráficos sistematizados.

Neste momento da pesquisa foi abordado uma análise do resultado dos dados coletados através de 100 questionários emitidos, dos quais retornaram 86 sendo aplicados no ambiente da agencia em estudo.

#### 4 ANÁLISE DE DADOS

Os gráficos abaixo revela de forma sucinta o que a pesquisa intencionava objetivar fazendo uso de planilha do Excel foi possível elaborados gráficos que proporcionou de maneira qualitativa e quantitativa os resultados esperado.

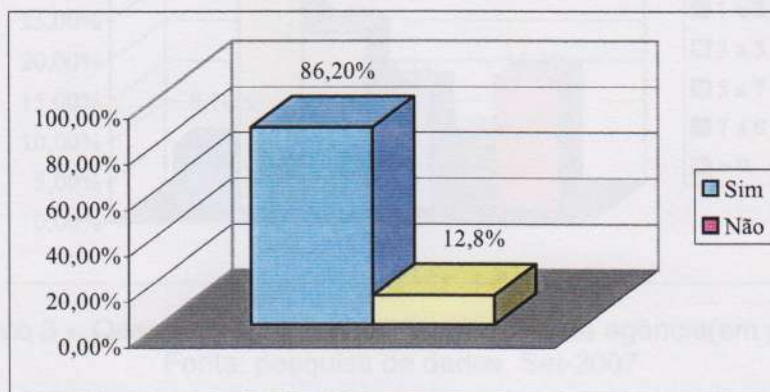


Gráfico 1 - Revela o percentual de clientes que utiliza a internet  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que dos 86 questionários aplicados os entrevistados responderam sim num total de 86% que eram usuário da Internet, isto mostra que os maioria dos entrevistados faz uso de uma ferramenta muito importante nos dias atuais que é a Internet.

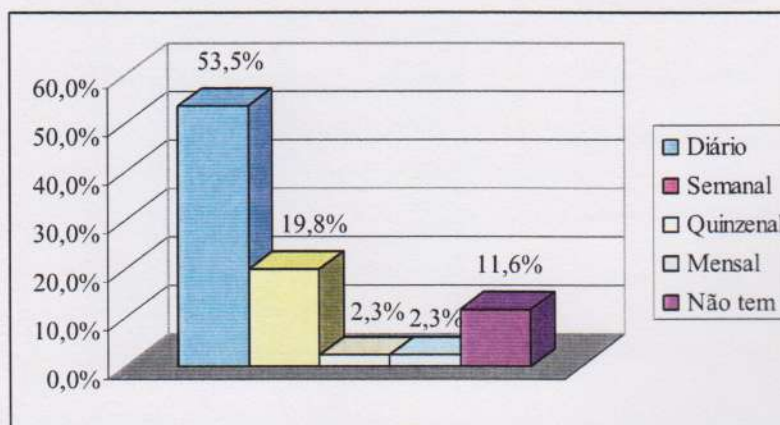


Gráfico 2 - Quanto a Frequência de Utilização da Internet  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007.

Nota-se que 53,5% dos clientes entrevistado utiliza a Internet diariamente e 19,8% utilizam semanalmente. Os que responderam não. Alegam não ter acesso

provavelmente, por falta de conhecimento aja visto não ser necessário ter um computador para acessar a Internet, revelando um total de 11,8% .

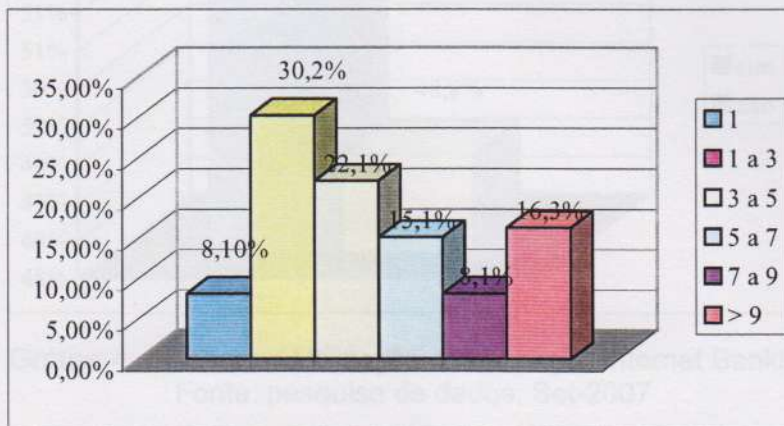


Gráfico 3 - Quanto ao tempo, como correntista da agência(em anos)

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Em relação ao gráfico 3, nota-se que 8,1% tem menos 1 ano , 30,2% de 1 a 3 anos , 22,1% de 3 a 5 anos , 15,1% tem de 5 a 7 anos , 8,1% de 7 a 9 anos e que 16,3% tem mais de 9 anos que é correntista. Com isto conclui-se que provavelmente a agencia tem atendido bem os seus clientes de maneira que a maioria tem conta a mais de 5 anos, visto estarem cada vez mais exigentes.

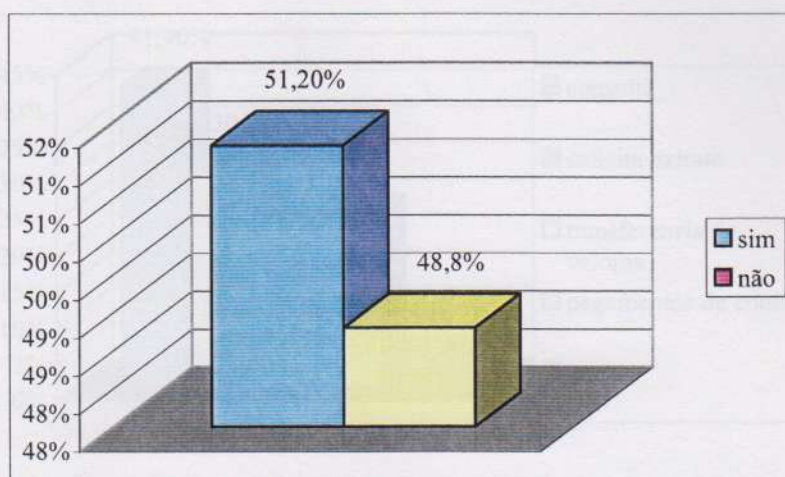


Gráfico 4 - Quanto a Utilização dos serviços Internet Banking  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que 51,2% responderam sim e 48,8% disseram que não, nota-se que em relação ao gráfico 1 mais de 50% dos usuários da Internet fazem uso do Internet Banking. Eles são conscientes de que apesar do acesso ao site do banco não ser 100% seguro o mesmo tem criado mecanismos inibidores as ações de fraudadores tais como: senhas, frase secreta e dispositivo de segurança proporcionando mais confiabilidade ao acesso ao Internet Banking.

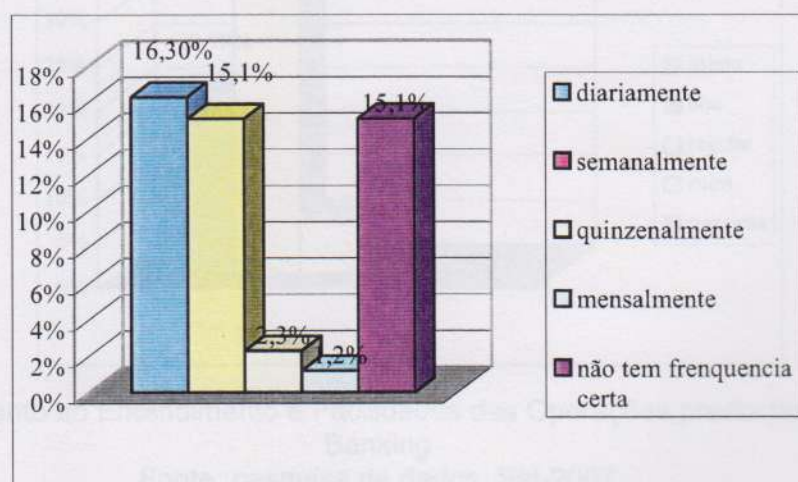


Gráfico 5- Quanto a frequência de utilização do Internet Banking  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

De acordo com o gráfico 5, 16,3% utilizam diariamente, 15,1% semanalmente, e 15,1% não utilizam o Internet Banking, apesar de alguns entrevistados utilizarem a Internet como foi observado no gráfico 4 provavelmente por questão de segurança ou não ter acesso a equipamento com acesso a internet.

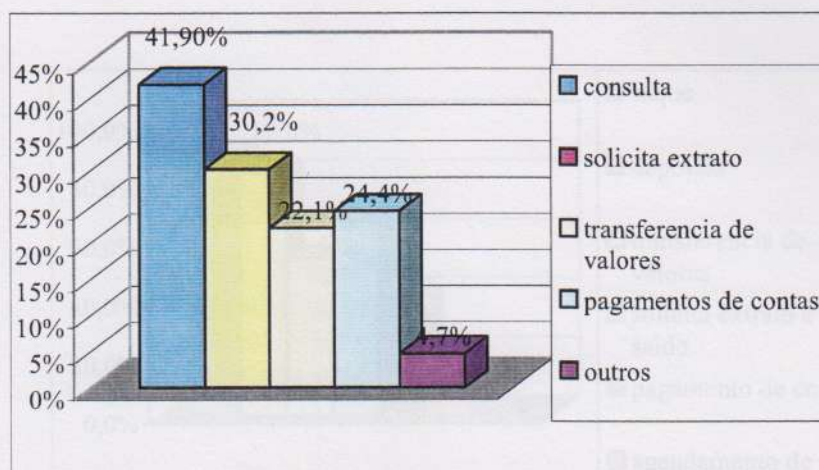


Gráfico 6 – Quanto ao Tipo de operação(ões) utilizadas pelo cliente no internet Banking  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Obs: os entrevistados poderiam marcar mais de um quesito.

Observa-se que 43% consultam saldos, 30,2% solicitam extrato, 22,1% Transferem valores, 24,4% efetuam pagamentos e 4,7% realizam outras operações percebe-se que os serviços oferecidos no Internet Banking são bem utilizados pelos correntistas da agencia em estudo.

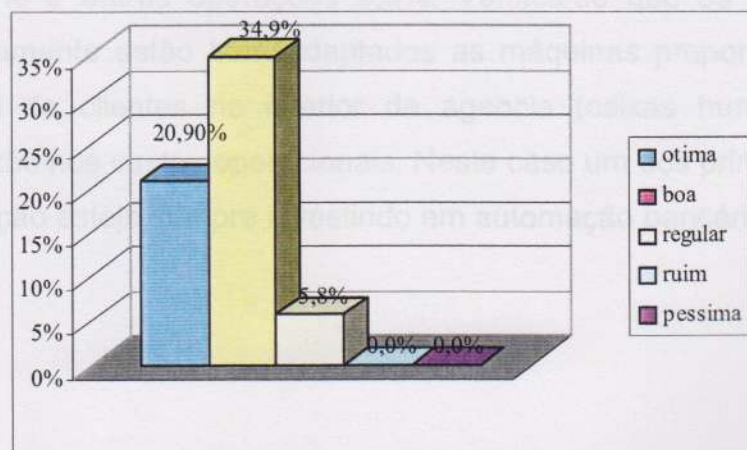


Gráfico 7 – Quanto ao Entendimento e Facilidades das Operações prestadas no Internet Banking

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que a maioria dos clientes estão satisfeitos, pois, 20,9% acham ótima, 34,9% acham boa, 5,8% acham regular e 38,40% não quiseram opinar. Pelo percentual revelado pode se observar que a instituição financeira não só disponibiliza os recursos mais o faz de forma que satisfaça os diversos usuários que já utilizam ou por ventura venha precisar dele.

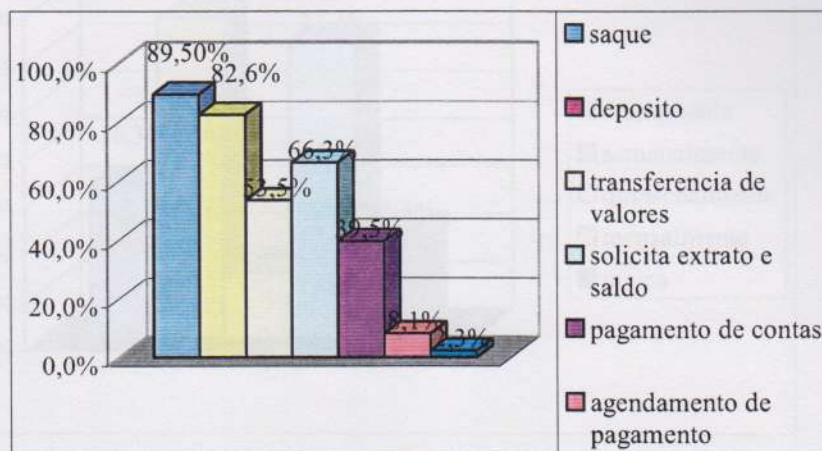


Gráfico 8 - Quanto ao tipo de operação(ões) que o cliente realiza nas máquinas de Auto Atendimento.

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Obs: os entrevistados poderiam marcar mais de um quesito.

A operação mais utilizada pelos clientes foi a de Saque ficando com 89,5%, em seguida ficou Deposito com 82,6%, depois saldo+extrato com 66,3%, depois transferência de valores com 53,5%, depois efetuam pagamentos 39,5%, agendamento 8,1% e outras operações 2,3%. Verifica-se que os clientes desta agência especificamente estão bem adaptados as máquinas proporcionando uma redução no fluxo de clientes no interior da agencia (caixas humanos) e, por conseguinte redução nos custos operacionais. Neste caso um dos principais motivos para que a instituição esteja sempre investindo em automação bancária.

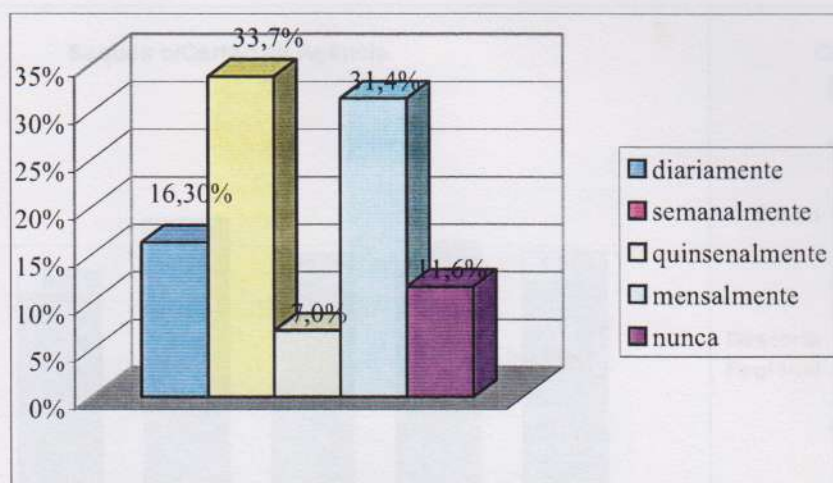


Gráfico 9 – Quanto a freqüência de Utilização dos Guichês de Caixa(Caixa Humano)  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

De acordo com a pesquisa utilizam os guichês de caixa diariamente 16,3%, semanalmente 33,7%, quinzenalmente 7%, mensalmente 31,4% e 11,6% dos entrevistados disseram que não utilizam os guichês de caixas. Conforme o demonstrativo fornecido pela instituição em estudo abaixo, confirma o que foi informado no gráfico 8. Ratifica que as operações mais utilizada pelos clientes são o saque e o depósito e que os mesmos dão preferência a realizar estas operações nas salas de auto atendimento. Acredita-se pelo fato de estarem seguros quanto ao manuseio das máquinas de auto atendimento proporcionando-lhes ganho de tempo na execução das operações por eles realizadas.

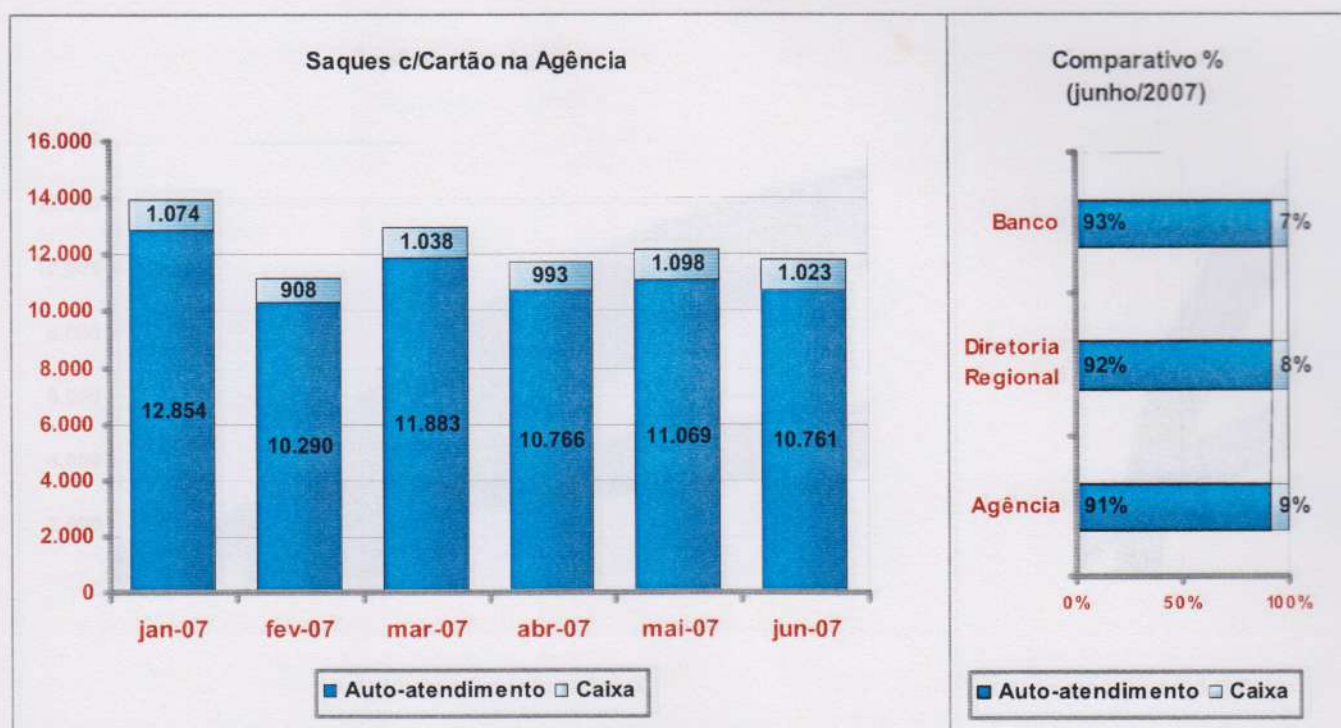


Gráfico 10 - Transações realizadas nos Caixas X Auto-atendimento  
 Demonstrativo e comparativo das transações de Saque c/ Cartão  
 Fonte: Intranet da instituição financeira em estudo

O Gráfico 10 acima mostra que vale apenas investir no processo de automação bancária, pois é notório como é bem utilizada a operação de saque no auto-atendimento ficando a agência com percentual de 91% das operações e os caixas com 9% no período de janeiro a junho de 2007, ficando claro que se há cada vez mais adesão aos serviços é porque tem qualidade está satisfazendo as necessidades dos clientes.

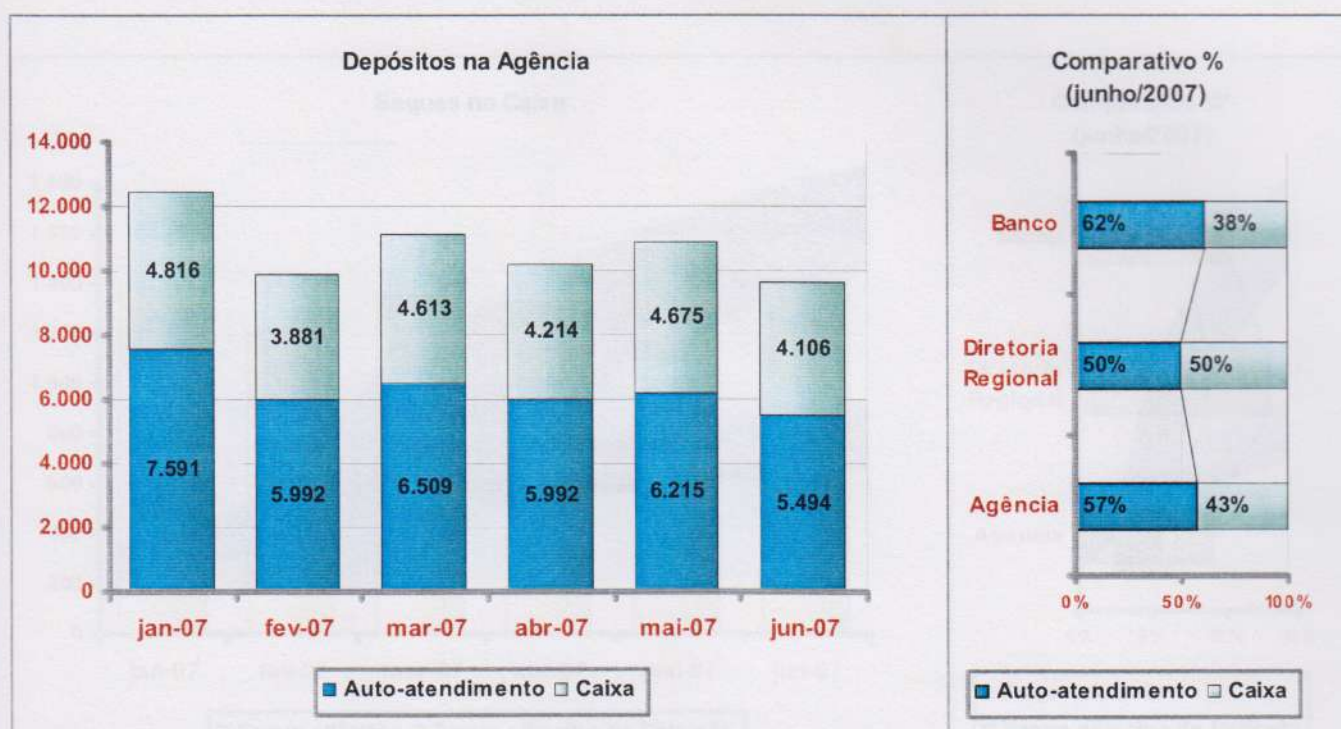


Gráfico 11 - Demonstrativo e comparativo das transações de Depósito  
Fonte: Intranet da instituição financeira em estudo

Através do gráfico 11 acima observa-se que em relação a operação de depósito os clientes são mais cautelosos acredita-se pela questão do manuseio do dinheiro ou pelo tempo da disponibilidade do valor na conta do depositário que nos caixas é on line alguns segundos e o valor depositado estará na conta do cliente e, nas máquinas de auto-atendimento é preciso haver a validação do depósito pelos funcionários que fazem os serviços de retaguarda das agências geralmente de duas em duas horas e os depósitos feitos após as 16h30min só serão efetivados no expediente seguinte a partir das 11h00. Assim mesmo esta operação é mais realizada nas salas de auto-atendimentos com (57%) do que nos caixas com (43%).

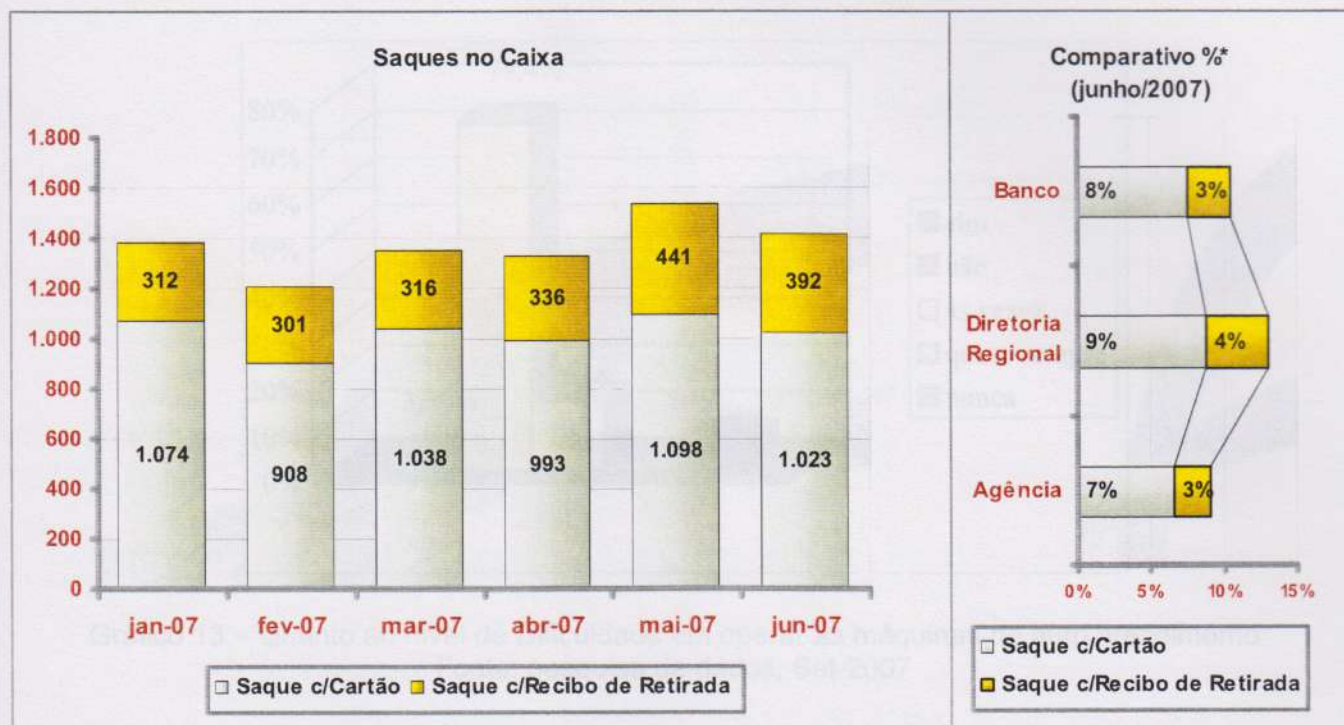


Gráfico 12 - Transações com cartão X recibo de retirada realizadas nos caixas

Fonte: Intranet da instituição em estudo

Pelo gráfico acima percebe-se que a operação de saque quando feita nos caixas os clientes utilizam o cartão a despeito dos recibos de retirada que quando solicitados pelos clientes eles pagam por isto. Sendo assim 7% das operações de saque são efetuadas com cartão e 3% com recibo de retirada.

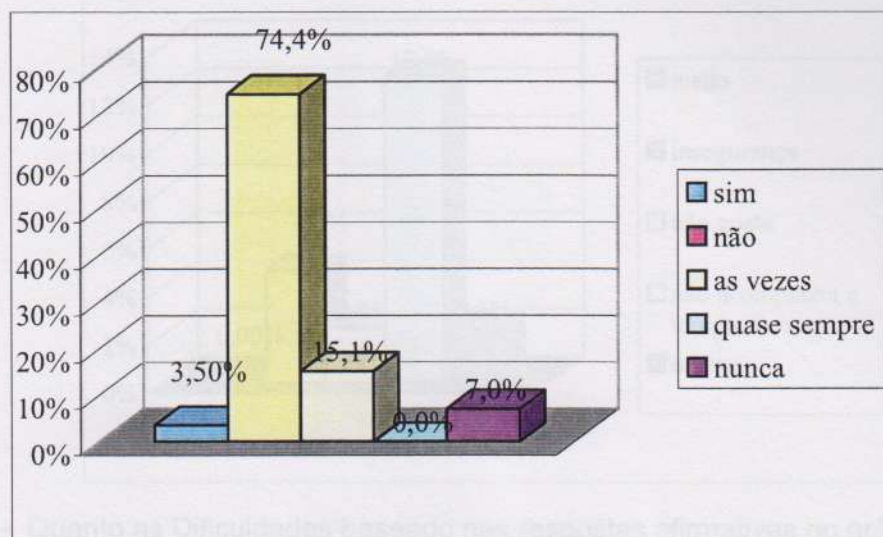


Gráfico 13 – Quanto ao nível de Dificuldade em operar as máquinas de auto atendimento  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Pelas respostas dos clientes entrevistados percebe-se que a maioria deles disseram não ter dificuldade em operar com as máquinas de auto atendimento ficando com 74,4%, revela também que as dificuldades por eles encontradas foram superadas, com isto proporcionou credibilidade a instituição financeira em estudo. Os demais responderam que às vezes sendo 15,1%, nunca ficando com 7%, e 3,5% disseram que tinham dificuldade em operar com as máquinas de auto atendimento.

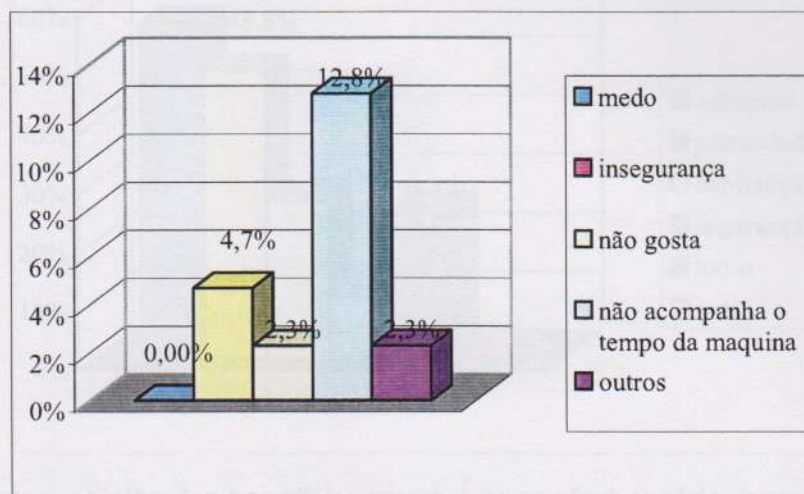


Gráfico 14 - Quanto as Dificuldades baseado nas respostas afirmativas no gráfico 10 ao fazer uso das maquinas de auto atendimento.

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que dos clientes que responderam sim sendo 3,5% dos entrevistados, 12,8% disseram não acompanhar o tempo da máquina, 4,7% disseram estarem inseguros, e 2,3% afirmam não gostarem das máquinas e 2,3% preferiram não citar seus motivos. Acredita-se que é só uma questão de tempo para aqueles que não acompanham o tempo, não gostam ou não quiseram revelar seus motivos possam ter outra visão em relação às máquinas de auto atendimento e se conscientizem que a automação bancária veio para trazer benefícios para todos quanto precisam e utilizam delas reduzindo tempo e distancia proporcionando agilidade ao dia a dia de todos quanto assim o queiram.

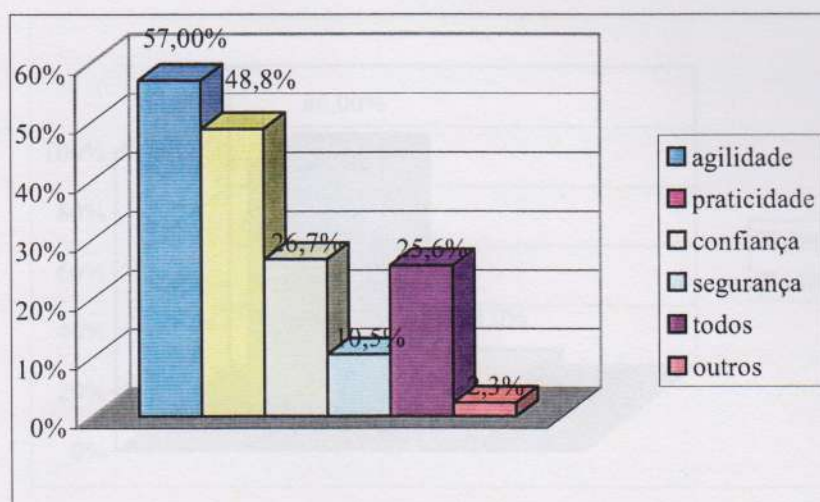


Gráfico 15- Quanto a opinião dos benefícios que a automação bancária proporciona aos usuários

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Obs: os entrevistados poderiam marcar mais de um quesito.

Nota-se que dos clientes que foram entrevistados que 57% escolheram agilidade, 48,8% praticidade, 26,7% confiança, 10,5% segurança, 25,8% afirmaram que todos os benefícios e somente 2,3% não quiseram expressar sobre o assunto. O que pode se constatar é que dos inúmeros benefícios que automação bancária proporcionou aos clientes, a agilidade tem seu destaque com 57% prova que eles tem pressa em serem atendidos preferindo em sua maioria se auto atenderem fazendo uso das máquinas de auto-atendimento.

Gráfico 17- Quanto aos Serviços que poderiam ser melhorados

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

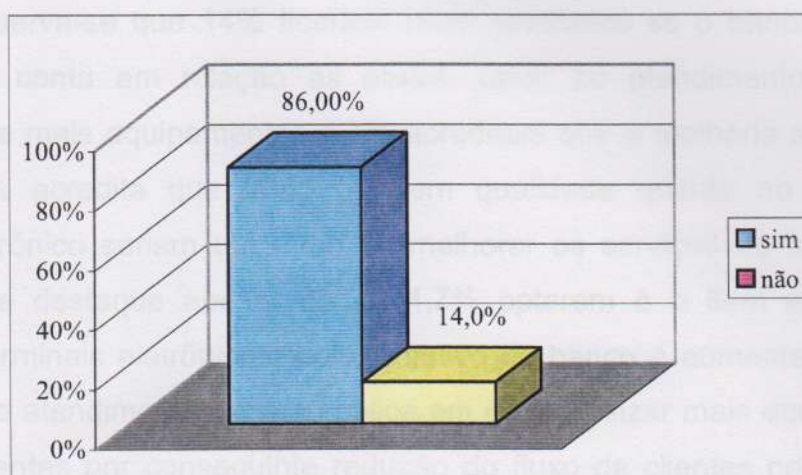


Gráfico 16 – Quanto a Satisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos pelo banco de forma geral.

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que 86% dos clientes entrevistados estão satisfeito com os produtos e serviços oferecidos pelo banco e que 14% responderam não está satisfeito. Reforça ainda mais quando comparado com os gráficos 7 e 10 onde respectivamente os cliente se posiciona quanto ao entendimento das informações apresentadas no Internet Banking onde 20,9% acham ótima e 34,9% acham boa e quanto a dificuldade de operar as máquinas de auto atendimento 74,4% afirmaram não ter dificuldades em operar as máquinas.

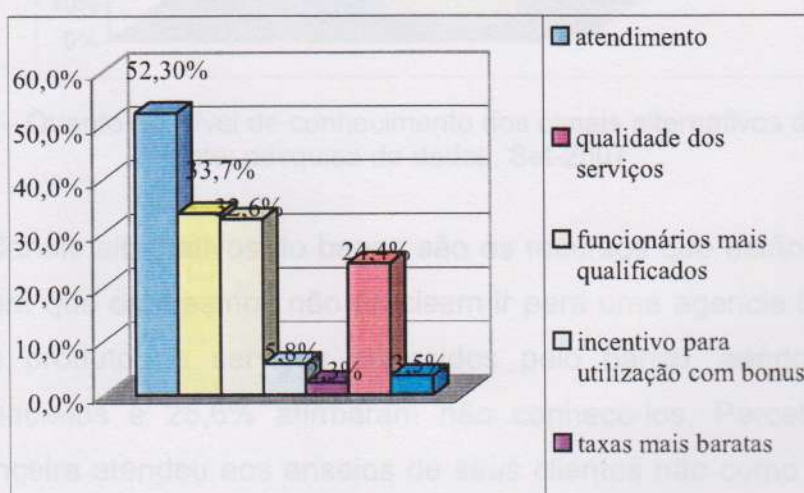


Gráfico 17 - Quanto aos Serviços que poderiam ser melhorados

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que 14% ficariam mais satisfeitos se o banco aplicasse tarifas mais em conta em relação as atuais, tanto ao atendimento quanto a disponibilidade de mais equipamentos 4,7% acreditam que a melhoria seria por ai, sendo que 2,3% acredita que tanto no item qualidade quanto no auxílio no atendimento eletrônico seriam um meio de melhorar os serviços de forma geral. Fato que merece destaque apesar de só 4,7% optarem é o item aumento na quantidade de terminais eletrônicos, pois, objetivo do banco é aumentar o espaço nas salas de auto atendimentos e isto implica em disponibilizar mais equipamentos para os seus clientes por conseguinte redução do fluxo de clientes no interior da agencia.

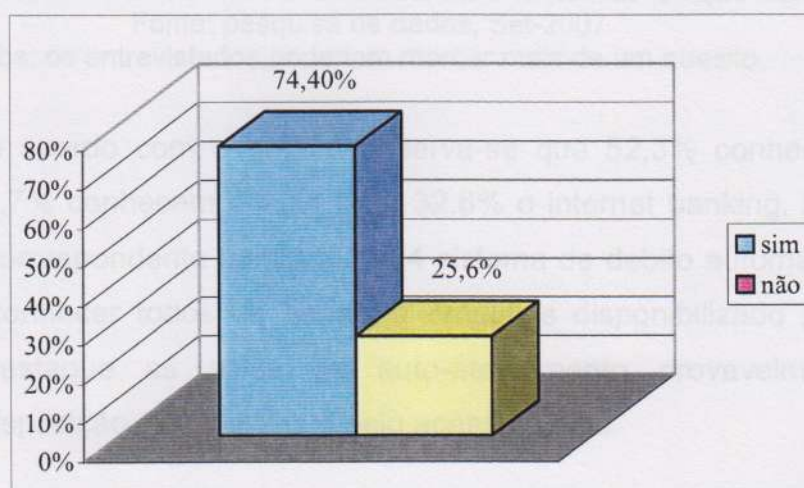


Gráfico 18 – Quanto ao Nível de conhecimento dos canais alternativos do Banco.  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Canais alternativos do banco são os recursos que estão à disposição aos clientes para que os mesmos não precisem ir para uma agencia bancária para fazer uso dos produtos e serviços oferecidos pelo banco, sendo que 74,4% disseram conhece-los e 25,6% afirmaram não conhece-los. Percebe se que a instituição financeira atendeu aos anseios de seus clientes não como eles queriam disponibilidade de pessoal para redução do tempo que eles ficavam na fila do caixa, mas fez melhor criou alternativas principalmente para eles não irem ao banco tais como: internet banking, fone fácil, correspondentes bancários (parceria com estabelecimento comerciais), banco postal (parceria com os correios) e salas de

auto-atendimento. E deu certo, pois cada vez mais aumenta a utilização destes canais e muitos deles estão bem próximo dos clientes.

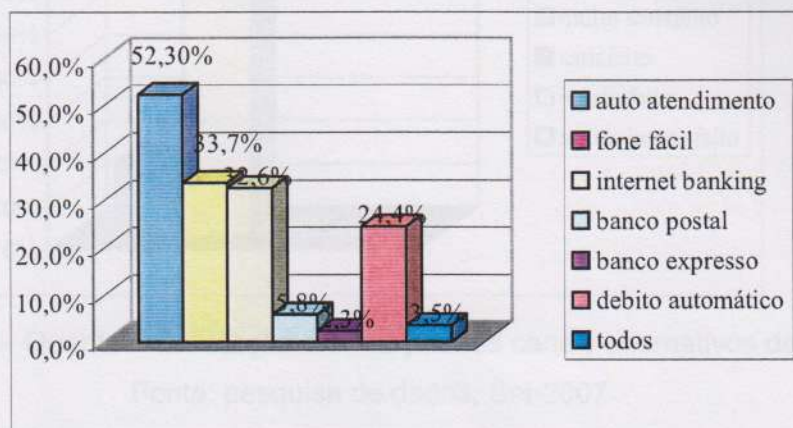


Gráfico 19 – Quanto ao conhecimento dos canais alternativos os que mais utiliza.

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Obs: os entrevistados poderiam marcar mais de um quesito.

De acordo com o gráfico observa-se que 52,3% conhecem o auto atendimento, 33,7% conhecem o fone fácil, 32,6% o internet banking, 5,8% banco postal, 2,3% o correspondente bancário, 24,4 sistema de debito automático e 3,5% afirmaram em conhecer todos os canais alternativos disponibilizado pelo banco, tendo como destaque as salas de auto-atendimento provavelmente pelas quantidades a disposição dos clientes e pelo acesso a elas.

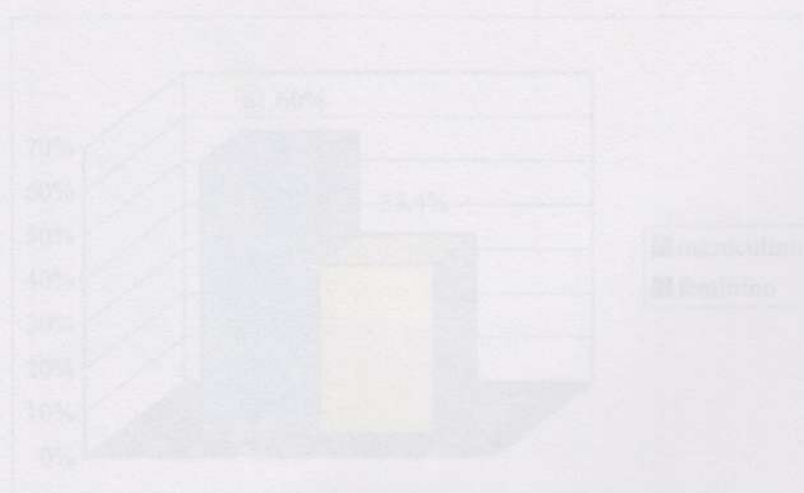


Gráfico 21 – Quanto ao Perfil - 30X0

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

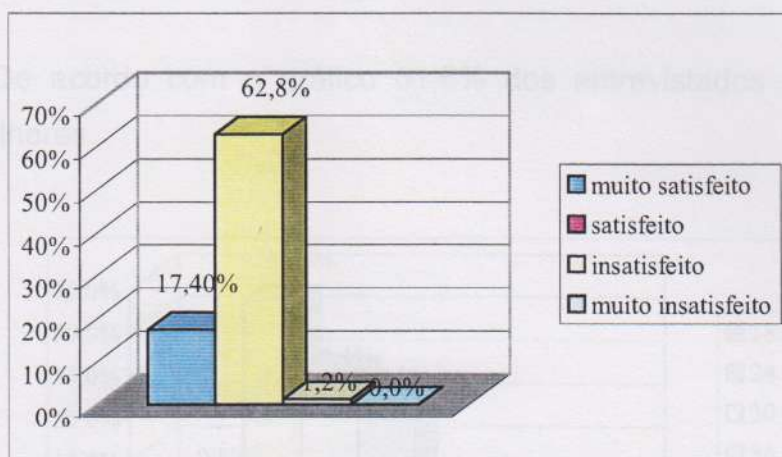


Gráfico 20 - Quanto a Satisfação em relação aos canais alternativos do banco

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se de acordo com o gráfico 20, que 62,8% mostram-se satisfeitos com o canais alternativos do banco e que 17,4% sentem-se muito satisfeito, 1,2% dos que utilizam os canais alternativos não estão satisfeitos com os mesmos e 18,6% não quiseram opinar. Com isto verifica-se que a instituição financeira acompanha de perto as operações realizadas pelos seus clientes extra banco cobrando dos seus colaboradores diretos ou indiretos qualidade na prestação dos serviços de maneira que é crescente a adesão aos produtos e serviços disponível nos canais alternativos.

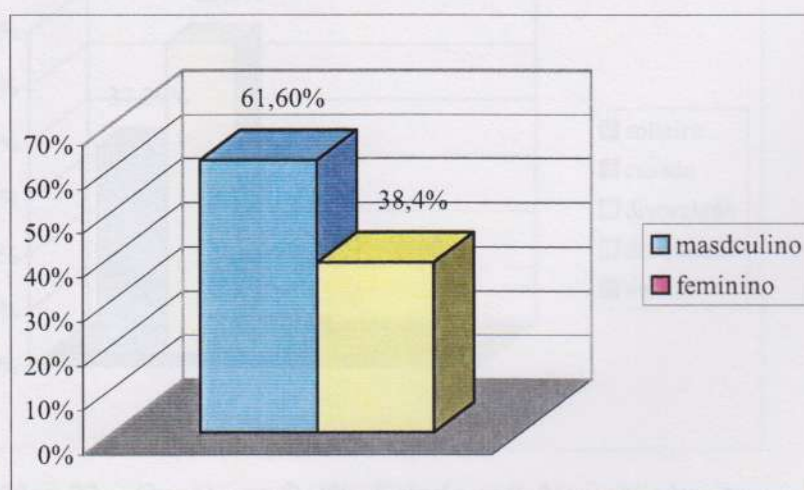


Gráfico 21 – Quanto ao Perfil - SEXO

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

De acordo com o gráfico 61,6% dos entrevistados são homens e 38,4% são mulheres.

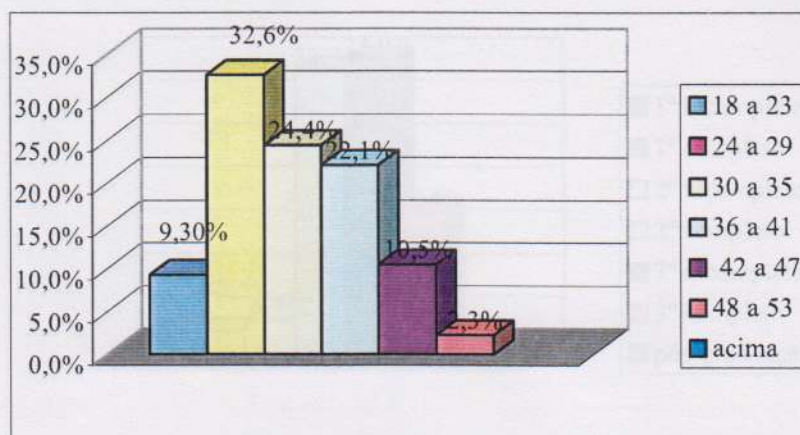


Gráfico 22 – Quanto ao Perfil - Faixa etária (em anos)  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Visualizando o Gráfico acima conclui-se que dos entrevistados 9,3% tem de 18 a 23 anos, 32,6% tem 24 a 29 anos, 24,4% tem de 30 a 35 anos, 22,1% tem 36 a 41 anos, 10,5% tem 42 a 47 anos e 2,3% tem 48 a 53 anos não tendo nenhum cliente acima de 53 anos.

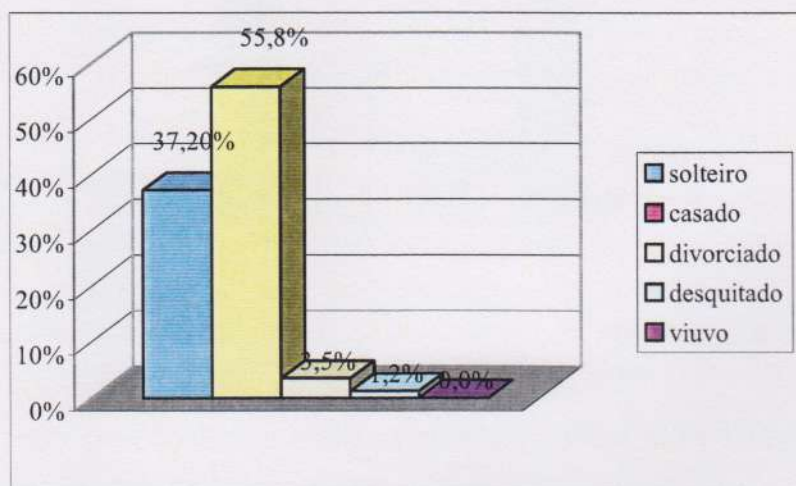


Gráfico 23 - Quanto ao Perfil - Estado civil dos entrevistados  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Observa-se que 55,8% dos entrevistados são casados, 37,2% são solteiros, 3,5% são divorciado e 1,2% disseram ser desquitados

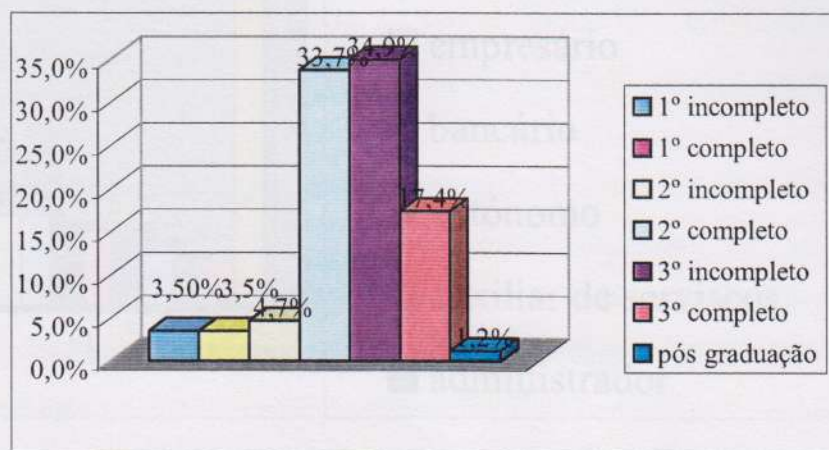


Gráfico 24 – Quanto ao Perfil - Escolaridade  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Verifica-se através do gráfico acima que em relação aos entrevistados que 3,5% tem o 1 grau incompleto, 3,5% tem o 1 grau completo, 4,7% tem o 2 grau incompleto, 33,7% tem o 2 grau completo, 34,9% tem o 3 grau incompleto, 17,4 tem o 3 grau completo e 1,2% possuem pós graduação.

Gráfico 25 – Quanto ao Perfil Nível de Renda dos Entrevistados  
Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Pelo gráfico acima nota-se que dos que foram entrevistados 22,1% tem renda inferior a R\$ 800,00, 16,3% tem renda entre R\$ 801,00 a R\$ 1400,00, 16,3% tem renda entre R\$ 1401,00 a R\$ 2000,00, 7% tem renda entre R\$ 2001,00 a R\$ 2800,00, 4,7% tem renda entre R\$ 2801,00 a R\$ 3200,00, 4,7% tem renda entre R\$ 3201,00 a R\$ 3800,00 e 29,1% ganham acima de R\$ 3800,00.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

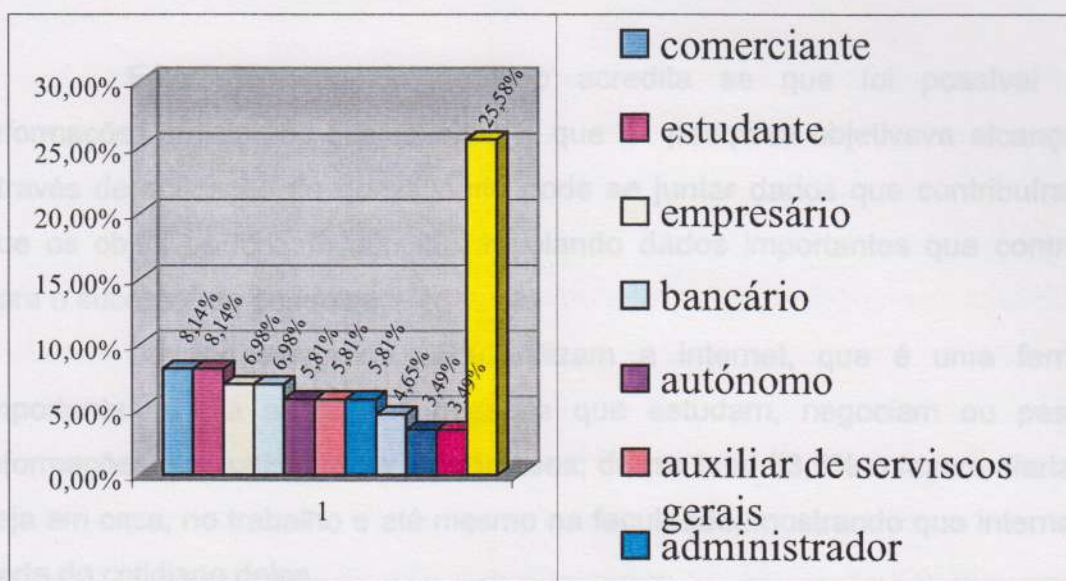


Gráfico 25 – Quanto ao Perfil - Profissão

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

O gráfico mostra a categoria profissional dos clientes que entre os entrevistados destacam os empresários com 25,5%

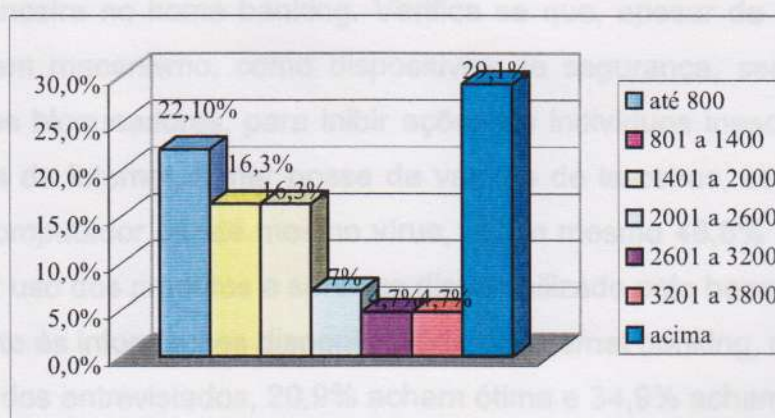


Gráfico 26 – Quanto ao Perfil Nível de Renda dos Entrevistados

Fonte: pesquisa de dados, Set-2007

Pelo gráfico acima nota-se que dos que foram entrevistados 22,1% tem renda inferior a R\$ 800,00, 16,3% tem renda entre R\$ 801,00 a R\$ 1400,00, 16,3% tem renda entre R\$ 1401,00 a R\$ 2000,00, 7% tem renda entre R\$ 2001,00 a R\$ 2600,00, 4,7% tem renda entre R\$ 2601,00 a R\$ 3200,00, 4,7% tem renda entre R\$ 3201,00 a R\$ 3800,00 e 29,1% ganham acima de R\$ 3800,00.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este momento do trabalho acredita se que foi possível adquirir informações suficientes que revelam o que a pesquisa objetivava alcançar pois, através de aplicação de questionário pode se juntar dados que contribuíram para que os objetivos fossem atingido, revelando dados importantes que contribuíram para o sucesso da pesquisa.

Dos entrevistados, 86% utilizam a internet, que é uma ferramenta importante no dia a dia das pessoas que estudam, negociam ou pesquisam informações que satisfaça seus interesses; desse total 53,5% o fazem diariamente, seja em casa, no trabalho e até mesmo na faculdade, mostrando que internet já faz parte do cotidiano deles.

Em relação ao internet banking, constata se que 51,2% dos entrevistados utilizam a home banking; 52% tem entre um a cinco anos de conta bancária, fazendo uso das transações disponibilizadas pelo banco na internet, tais como, consulta de saldos; transferência de valores; extrato; efetuam pagamento de contas de consumo; boletos bancários; tributos diversos, entre outros serviços disponíveis pela instituição financeira no home banking. Verifica se que, apesar da instituição financeira investir em mecanismo, como dispositivos de segurança, senha, frase secreta e programas bloqueadores, para inibir ações de indivíduos inescrupulosos que tentam, através da internet, tomar posse de valores de terceiros, seja através de programas de computador ou até mesmo vírus, assim mesmo 48,8% não sente segurança em fazer uso dos produtos e serviços disponibilizado pelo banco.

No tocante às informações disponibilizada no internet banking, descobriu-se que, na opinião dos entrevistados, 20,9% acham ótima e 34,9% acham boa. Isto revela que a instituição financeira sabe que informar é importante; porém a informação objetiva, direta, trás benefícios não só para instituição financeira, mas, também aos diversos clientes que entendem a mensagem e faz uso dela com segurança e praticidade, confirmando o percentual de satisfação revelado por aqueles que foram entrevistados, tendo 33,7% 2º grau completo, 34,9% o 3º incompleto e 17,4% o 3º grau completo; acredita se que pelo fato da agencia está

localizada na zona sul de Natal, confirma se o grau de escolaridade dos entrevistados.

A pesquisa também tem como destaque as salas de auto-atendimento espaço reservado para que os cliente que, por ventura, queiram-se auto atenderem. A principio, eles resistiam em não utilizarem as máquinas, até mesmo por gostarem de um atendimento personalizado, medo do novo, insegurança quanto às operações realizadas nas máquinas; porém com o tempo fez-se necessário, devido o aumento da base de clientes da agencia. Esse fato tem proporcionado maiores filas e, com isso, maior tempo de espera, principalmente no dias de pico, fazendo com que a resistência em utilizar as máquinas de auto-atendimento fosse reduzindo, com o passar dos tempos, como mostra o gráfico disponibilizado pela instituição , principalmente com as operações de saque e depósito, em que a demanda é maior, sendo para saque 91% no auto-atendimento e 9% nos guichês de caixa; para deposito 57% no auto-atendimento e 43% nos guichês de caixas.

No auto-atendimento as operações não se restringem a saques e depósitos, é possível realizar transferência de valores, pagamentos de contas de consumo, boletos bancários e tributos; efetuar empréstimo e fazer aplicações. Pela amostra verifica-se que a operação de saque entre os entrevistados se aproxima do percentual disponibilizado pela instituição financeira, ficando com 89,5% do total. Em seguida vem deposito, com 71%; transferência de valores, 53,5%; consulta de saldo | extrato, 66,3%; pagamentos 39,5%. Assim mesmo procurou saber se por ventura ainda utilizavam os guichês de caixa, constatou que 16,3% o fazem diariamente, 33,7% semanalmente, 7% quinzenalmente, 31,4% mensalmente e 11,6% nunca usam os guichês de caixas.

A pesquisa mostra que, apesar da instituição não disponibilizar um funcionário para trabalhar exclusivamente nas salas de auto-atendimento revela que, 74,4% dos clientes não sentem dificuldades em operar com as máquinas de auto-atendimento; os demais, que per fazem 25,6% do total alegam dificuldade devido a insegurança, por não gostar; não acompanham o tempo determinado pela máquina para realizar algumas operações e alguns não expressaram seus motivos.

Verificou-se através da pesquisa que a automação bancária trouxe diversos benefícios, não só para instituições financeiras, que aumentaram seus

resultados e agilizaram seus processos internos, contribuindo para o aumento da produtividade, com redução de horas trabalhadas e aumento da qualificação do quadro de colaboradores e assim proporcionou maior qualidade no atendimento e satisfação dos clientes, dentre os quais confirma que os benefícios para eles foram diversos, bem como agilidade, praticidade, conforto, segurança. Então conclui-se que a instituição financeira escolhida para pesquisa, tendo como uma de suas agências na região metropolitana de Natal, onde a pesquisa foi realizada, quando na década de 60 iniciou o processo de automação bancária, que continuou nas décadas de 70 e 80 sendo seu apogeu no meados do anos 90, talvez não esperasse chegar tão longe. Porém, seus administradores foram proativos e hoje esta instituição financeira é destaque, não só no Brasil, como também no mercado externo, atraindo diversos investidores e garantindo a cada ano melhores resultados.

Ressalta-se também que com advento da automação bancária, houve benefícios em relação ao crédito bancário, sendo o mesmo disponibilizado tanto no internet banking como nas máquinas de auto-atendimento em forma de limites ( crédito direto ao consumidor) , não sendo necessário o cliente ir ao banco para fazer um empréstimo por exemplo; aplicando neste caso taxa de juros inferiores das que são aplicadas na agência contribuindo com o spread bancário, pois, no exemplo citado há redução nos custos relacionado com este processo.

O oligopólio bancário deixa os clientes em situação desconfortáveis quando o assunto é tarifa, pois, as que são aplicadas pelas instituições são parecidas o que contribui com o aumento do lucro a cada ano, e são diretamente proporcionais aos níveis de automação e busca de melhorias no atendimento. O setor bancário brasileiro ensina ao mundo que investimento e resultado caminham unidos, embora características peculiares ao sistema brasileiro corroboram com os grandes lucros; no entanto isto também deve ser motivo de estudo e certamente esta pesquisa inicia um trilhar em busca deste e outros conhecimentos.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre; **Mercado Financeiro**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BARROS, Aidel Jesus da Silveira; Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos da metodologia**: um guia para iniciação científica. 2.ed. São Paulo: Pearson, 2000

FISCALIZAÇÃO bancária: Economia. Disponível em: <[www.mnoticias8m.com/banco.htm](http://www.mnoticias8m.com/banco.htm)>. Acesso em: 12 Abr. 2004.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 15.ed. Rio de Janeiro: qualitymark, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar os projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2001.

A GLOBALIZAÇÃO recente: pós. Disponível em: < <http://educaterra.com.Br/Voltaire/século/2002/10/10/004.htm>> acesso 01 jun. 2007

GONÇALVES, Moacyr. **Técnicas de Percepção** Recife: Banco Bradesco S.A, 2006 [ Notas de sala de aula]

LAKATOS, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básico, pesquisa bibliografia , projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. São Paulo: Atlas, 1992.

MELLIAGI FILHO, Armando; ISHIKAWA, Sergio. **Mercado Financeiro e de Capitais**. São Paulo: Atlas, 2000.

PORTER, Michael E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PIRES, Pércles José; COSTA FILHO, Bento Alves. O atendimento humano como suporte e incentivo ao uso do auto-atendimento em bancos. **Rev. FAE**, Curitiba, v.4, n.1, p.59-67, jan./abr. 2001. Disponível em: <[http://www.cde.br/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v4\\_n1/o\\_atendimento\\_humano\\_como\\_.pdf](http://www.cde.br/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v4_n1/o_atendimento_humano_como_.pdf)> Acesso em: 19 mar. 2007.

SCHMITZ, Arno & MAHL, Alzir. **Reestruturação e Automação Bancária Versus Emprego:** Um balanço ao final dos anos 90 <  
[http://www.upf.tche.br/cepeac/download/ver\\_n15\\_2000\\_art4.pdf](http://www.upf.tche.br/cepeac/download/ver_n15_2000_art4.pdf) Acesso em: 24 jun. 2007

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de credito.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

## Questionário

1 – O(a) Sr.(a) é usuário da Internet?

☐ Sim ☐ Não, Porque ? \_\_\_\_\_

2 – Se positivo, com que frequência?

☐ Diariamente ☐ Semanalmente ☐ Quinzenalmente  
☐ Mensalmente ☐ Não tem frequência certa

3 – Há quanto tempo o(a) Sr.(a) é cliente desta agência bancária ( em anos )

☐ Menos de 1 ano ☐ 1 a 3 ☐ 3,1 a 5 ☐ 5,1 a 7 ☐ 7,1 a 9 ☐ Mais de 9

4 – O(a) Sr.(a) utiliza a Internet Banking?

☐ Sim ☐ Não, Porque ? \_\_\_\_\_

5 – Se positivo, com que frequência?

☐ Diariamente ☐ Semanalmente ☐ Quinzenalmente  
☐ Mensalmente ☐ Não tem frequência certa

6 – Que tipo(s) de operação(ões) o(a) Sr.(a) realiza na internet banking? (pode marcar mais de uma)

☐ Consulta ☐ Transferência de valores ☐ Pagamento de contas  
☐ Solicita extrato ☐ Outros \_\_\_\_\_

7 – Em sua opinião, quanto à facilidade de entendimento das informações apresentadas no internet banking são?

☐ Ótima ☐ Boa ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Péssima

8 – Que tipo de operação o(a) Sr.(a) realiza nas máquinas de auto atendimento? (pode marcar mais de uma)

☐ Saque ☐ Depósito ☐ Transferência de valores ☐ Solicita extrato/Saldo  
☐ Pagamento de contas ☐ Agendamento de pagamento ☐ Outros \_\_\_\_\_

9 – Com que frequência o(a) Sr.(a) utiliza os guichês de caixa?

☐ Diariamente ☐ Semanalmente ☐ Quinzenalmente  
☐ Mensalmente ☐ Nunca

10 – O(a) Sr.(a) tem dificuldade de operar as máquinas de auto atendimento?

☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes ☐ Quase sempre ☐ Nunca

11 – Se Sim na pergunta anterior, Cite as principais dificuldades em operar as máquinas de auto-atendimento

☐ Medo ☐ Insegurança ☐ Não acompanha o tempo da máquina  
☐ Não gosta ☐ Outros \_\_\_\_\_

12 – Em sua opinião, que benefícios à automação bancária proporciona aos usuários (pode marcar mais de 1)

☐ Agilidade ☐ Praticidade ☐ Conforto ☐ Segurança  
☐ Todos ☐ Outros \_\_\_\_\_

13 – O(a) Sr.(a) está satisfeito com os produtos e serviços oferecido pelo banco de forma geral?

☐ Sim ☐ Não

( ) Auxílio no atendimento eletrônico ( ) Aumento na quantidade de terminais eletrônicos.

( ) Sim ( ) Não

( ) Bradesco Expresso                      ( ) Débito automático                      ( ) Todos os canais.

( ) Muito satisfeito                      ( ) Satisfeito                      ( ) Insatisfeito                      ( ) muito insatisfeito

18 – sexo                      ( ) Masculino                      ( ) Feminino

( ) 42 a 47                      ( ) 48 a 53                      ( ) Acima de 53

( ) Solteiro      ( ) Casado      ( ) Divorciado      ( ) desquitado      ( ) Viúvo

( ) 1º grau incompleto      ( ) 1º grau completo      ( ) 2º grau incompleto  
( ) 2º grau completo      ( ) 3º grau incompleto      ( ) 3º grau completo      ( ) Pós graduação

22 - profissão: \_\_\_\_\_

( ) 2.601 a 3.200      ( ) 3.201 a 3.800      ( ) Acima de 3.800