**INOVAÇÃO DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS PELA INTERNET: UMA ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA**

**Maria do Socorro Silva de Oliveira**

Centro Universitário Fametro – Unifametro

maria.psi15@hotmail.com

**Thaís Vieira Nogueira Feitosa**

Centro Universitário Fametro – Unifametro

thais.feitosa@professora.unifametro.edu.br

**Adalberto Benevides Magalhães Neto**

Centro Universitário Fametro – Unifametro

Adalberto.neto@professor.unifametro.edu.br

**Título da Sessão Temática:** *Estratégias organizacionais*

**Evento:** VII Encontro de Iniciação à Pesquisa

**RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo identificar as facilidades que as instituições bancárias oferecem aos seus usuários através de seus aplicativos. Nos últimos anos por conta da tecnologia as empresas bancárias passaram por mudanças nos seus atendimentos e hoje são realizados, em grande parte, pelos canais eletrônicos. Foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa e descritiva usando a análise bibliográfica como técnica adotada. Os resultados demonstraram que se as empresas quiserem se manter competitivas, elas precisam fornecer aos seus clientes aplicativos de alta potência para acessar seus produtos e serviços e apresentar dispositivos similares em suas funções, onde há a necessidade de um novo ciclo de evolução nestes aplicativos móveis, para que possam evoluir e possibilitar às empresas bancárias uma nova vantagem competitiva em relação à concorrência.

**Palavras chaves:** Internet. Atendimento. Aplicativos. Concorrência

**INTRODUÇÃO**

Ferreira (1995, p.437), define mobilidade como sendo a “Facilidade de mover-se ou ser movido”. Já para a Microsoft (2014), mobilidade pode ser considerada tudo aquilo que se pode operar a distância ou sem fio. Esses conceitos são aplicados pelos bancos para facilitar a utilização dos seus produtos e serviços, por parte dos seus clientes.

A pesquisa TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) realizada pelo governo brasileiro em 2015 mostra que 58% da população usa a internet, o que representa 102 milhões de internautas, segundo a pesquisa o celular é o dispositivo mais utilizado para acesso individual da internet para a maioria dos usuários com 89% de utilização, conforme consta no relatório anual apresentado (PORTAL BRASIL, 2016).

O papel da tecnologia representa para qualquer empresa a integração entre os objetivos traçados e a estratégia de negócio, usufruindo informações precisas na medida em que viabiliza o uso de recursos com eficiência. Assim, quando se disponibiliza a tecnologia em torno de objetivos almejados, uma organização possui a necessidade de controlar sistemas que são críticos para sua operação, além de possuir o controle de informações diante de mudanças estruturais nos recursos técnicos voltados para a administração, conhecidos como desenvolvimento de controle, operações, execução, e desenvolvimento de todos os recursos cabíveis em sua tecnologia (LAURINDO et al, 2001).

Conforme se observa em Power (2014), as empresas precisam sempre buscar uma nova “Curva S”, que para o autor é uma curva de crescimento pela inovação. O autor ressalta ainda em seu discurso que esta vantagem competitiva criada é temporária e deve ser constantemente perseguida, pois caso não encontre novos ciclos de inovação, a tendência natural neste contexto é de estagnação.

Portanto, os aplicativos facilitaram a vida dos usuários, trazendo a solução dos problemas bancários com rapidez e comodidade. Diante da tecnologia, as empresas devem procurar sempre inovar nos seus serviços para a satisfação dos seus clientes e se tornar uma grande concorrência. Os Apps bancários foram um exemplo de inovação na qual todos saíram ganhando: tanto as empresas preocupadas em reduzir custos quanto os usuários, que obtiveram melhores serviços. Assim como os Apps bancários representaram um avanço para os bancos, novas ações de inovação são, definitivamente, o caminho para uma relação mais sucedida e lucrativa com os clientes.

Com base no exposto, tem-se como problema norteador de pesquisa: “Quais as facilidades trazidas através dos aplicativos bancários aos seus usuários?”. Portanto, o objetivo geral deste trabalho é identificar as facilidades que as instituições bancárias oferecem aos seus usuários através de seus aplicativos.

**METODOLOGIA**

Esse trabalho tem o objetivo identificar as facilidades que as instituições bancárias oferecem aos seus usuários através de seus aplicativos, e para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa e descritiva, utilizando como técnica de pesquisa a análise bibliográfica, onde foram consultadas várias literaturas relativas ao assunto, artigos publicados na internet, o qual segundo Marconi e Lakatos (1992), a pesquisa bibliográfica é o levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. A sua finalidade é fazer com que o pesquisador entre em contato direto com todo o material escrito sobre um determinado assunto, auxiliando o cientista na análise de suas pesquisas ou na manipulação de suas informações. Ela pode ser considerada como o primeiro passo de toda a pesquisa científica.

No mês de setembro de 2019 foi realizada uma busca por artigos que se enquadrassem no tema na plataforma Google Acadêmico, por se tratar de uma plataforma bastante utilizada para buscas de trabalhos científicos. Foi utilizada a palavra-chave “inovação aplicativos bancários”. Dentre os artigos que apareceram, entre os anos de 2010 e 2019, três artigos se enquadraram para melhor responder o objetivo geral deste trabalho.

**RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Na base de dados das pesquisas, conforme descrito na Metodologia, foram encontrados 3 artigos que se encaixam no tema abordado, conforme Quadro 1:

QUADRO 1: Análise bibliográfica sobre inovação dos aplicativos bancários.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Titulo | Autores | Ano | Resultados |
| Perspectivas e percepções da inovação no mercado dos aplicativos bancários | Antonio Soares Siqueira Neto; Marco Tulio Correa Barcelos; Danilo de Melo Costa | 2018 | Evolução no atendimento dos setores bancários, por conta da tecnologia. Os resultados demonstram que as empresas apresentam sugestões de novas funções aos aplicativos bancários trazendo a competitividade em relação à concorrência. |
| Serviços bancários pela internet: um estudo de caso integrando a visão de competidores e clientes | Anatália Saraiva Martins Ramos; Fabrício de São Paulo H. A. Rubim Costa | 2010 | Uma abordagem com sugestão de melhorias, na área de tecnologia, informação e marketing e melhoraria na posição competitiva de mercado |
| A dinâmica de uso dos aplicativos móveis bancários: uma análise sob a perspectiva da população idosa | Afonso de Paula Feliciano, Rodrigo Franklin Frogeri | 2018 | Os principais fatores impeditivos para utilizar o uso dos aplicativos bancários, é a falta de conhecimento com os smartphones e a falta de confiança na segurança do aplicativo. |

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os resultados encontrados no presente estudo, por meio de outros artigos, foram a satisfação dos clientes com a inovação dos aplicativos bancários, quais as facilidades, pontos positivos e negativos desse serviço. O que mais foi relatado nestes trabalhos foram facilidades referentes à comodidade de poder realizar transações em qualquer local que possua sinal de internet e em qualquer horário. Alguns pontos negativos também foram citados como o valor das taxas para transações que continuam a serem cobradas, mesmo que não precise de outras pessoas para executar a transação (como pessoas que trabalham em caixas de banco, por exemplo).

Outro ponto abordado foi a competitividade entre as empresas bancárias em relação aos seus serviços, melhorias e inovação para facilitar a vida dos usuários e criar uma vantagem competitiva. A maioria dos aplicativos bancários fazem e executam o básico, porém, existem determinados serviços que podem ser cobrados (TED, DOC, dentre outros) e alguns aplicativos bancários são lentos nos momentos das transações e as vezes “dão erro” em sua utilização, o que ao invés de deixar o cliente satisfeito, faz com que o mesmo se chateie por conta de possíveis atrasos de pagamento, por exemplo, pois muitas vezes o cliente acaba se confiando que as transações realizadas no aplicativo bancário darão certo.

Porém, também como fator negativo, pode-se citar os idosos e as pessoas de baixa escolaridade, conforme mostra alguns dados da análise bibliográfica, que não confiam plenamente na segurança das transações feitas pelos aplicativos bancários e acabam preferindo ir até a agência e realizar as transações.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os estudos identificados neste levantamento bibliográfico e analisados neste artigo apresentam as facilidades dos aplicativos bancários e seus diferenciais, onde os clientes tem a comodidade em resolver os problemas bancários do dia a dia, acessando o sistema com segurança e facilitando transações, evitando “filas” em instituições bancárias e de pagamento em geral. Essa inovação tem facilitado bastante para as pessoas física e jurídica. Porém, nem todos se adaptam a essa tecnologia, devido à falta de confiança total em transações virtuais, principalmente com o público de baixa escolaridade e idosos. Sugere-se pesquisas na área com o intuito de criar e inovar tais facilidades ao público em geral, além de trabalhos de capacitação e ajuda a pessoas que ainda não possuem total confiança nesses tipos de serviços.

**REFERÊNCIAS**

CORREIO BRAZILIENSE. Concorrência leva bancos digitais a buscar diferenciais. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/04/17/internas\_economia,749976/concorrencia-leva-bancos-digitais-a-buscar-diferenciais.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/04/17/internas_economia%2C749976/concorrencia-leva-bancos-digitais-a-buscar-diferenciais.shtml)>. Acesso em: 01. Set. 2019.

ECOMMERCE BRASIL. O cenário dos bancos digitais no Brasil. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-cenario-dos-bancos-digitais-no-brasil/>**>.** Acesso em: 01. Set. 2019.

FELICIANO, A. P.; FROGERI, R.F. A dinâmica de uso dos aplicativos móveis bancários: uma análise sob a perspectiva da população idosa. **Revista de Sistemas e Computação**, v. 8, n.2, 2018. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/rsc/article/view/5699>>. Acesso em: 01. Set. 2019.

RAMOS, A. S. M.; COSTA, F. S. P. H. A. R. Serviços bancários pela internet: um estudo de caso integrando a visão de competidores e clientes. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n.3, 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552000000300008&script=sci_arttext&tlng=es>>. Acesso em: 01. Set. 2019.

SIQUEIRA NETO, A. S.; BARCELOS, M. T. C.; COSTA, D. M. Perspectivas e percepções da inovação no mercado dos aplicativos bancários. **Desafio Online**, v. 6, n.1, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufms.br/index.php/deson/article/view/3867/4253>>. Acesso em: 01. Set. 2019.