

PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DE CHAPADÃO DO SUL SOBRE OS SERVIÇOS OFERECIDOS POR APLICATIVOS BANCÁRIOS

**Bruna dos Anjos de Jesus,
UFMS,
bruna_nade@hotmail.com**

**Daniely de Souza Silva,
UFMS,
dannysouza8063@gmail.com**

**Alison Guimarães de Oliveira,
UFMS,
alisonguimaraes13@gmail.com**

**Pedro da Silva Duda
UFMS,
pedroduda12@gmail.com**

RESUMO

Em busca de se adaptar às novas tecnologias aliadas com a necessidade de diminuir as filas nas agências bancárias, as instituições financeiras estão implementando os chamados *mobile banking*, aplicativos para dispositivos móveis que realizam boa parte das transações bancárias, outrora realizadas apenas em agências físicas e pontos de atendimento. Essa nova configuração de atendimento tem sido adotada amplamente pelas instituições financeiras, impactando o relacionamento com seus clientes. Dessa forma, esse trabalho teve como objetivo analisar a funcionalidade e os riscos percebidos pelos usuários desses aplicativos. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa-descritiva, com coleta de dados por meio de um questionário com perguntas direcionadas a responder o objetivo da pesquisa. A técnica de amostragem foi não probabilística, por conveniência e snowball, com um retorno de 94 questionários válidos e como resultado da pesquisa pode destacar que 54% constataram ser mais eficiente acessar através de aplicativos do que em caixas eletrônicos, 80% dos usuários estão satisfeitos com os serviços, 96% afirmam que é fácil a sua utilização e confiam na segurança que o aplicativo traz. Podemos, portanto, observar que os aplicativos bancários trazem funcionalidades que atendem necessidades, consideradas de grande importância, a aqueles que o utilizam.

Palavras-chave: Mobile banking, instituição financeira, funcionalidades, risco percebido.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de ficar-se conectado e usufruir da internet das coisas é algo que já faz parte do cotidiano das pessoas, e as grandes organizações estão atentas a esse fenômeno, dessa forma estão se preocupando em atender as necessidades e facilitar o atendimento dos seus usuários. Assim como as grandes empresas, o mercado financeiro vem se adaptando a esses avanços, já que conforme o tempo as idas às agências bancárias se tornaram um incômodo estressante devido a horas de espera dentro das filas. Buscando diminuir o incômodo e facilitar o atendimento foi criado o *mobile banking* com finalidade de realizar transações bancárias através de dispositivos móveis, disponibilizando operações que antes só eram possíveis concluir em agências bancárias. O segmento da indústria brasileira que mais investe em tecnologia e acompanha as mudanças, paradigmáticas da sociedade é o do setor bancário. Em 2017, o setor investiu R\$19,5 bilhões. Os dados demonstram que as instituições bancárias situam a tecnologia como um requisito necessário para suas operações (FEBRABAN, 2018). O pioneiro na realização desse tipo de serviço foi o Banco do Brasil, que teve como resultado a diminuição drástica das filas geradas nas agências e correspondentes bancários, tornando o atendimento mais fácil e rápido, proporcionando comodidade para seus clientes.

Segundo dados FEBRABAN de Tecnologia Bancária, (2018) os aplicativos e sites são responsáveis por 58% das transações bancárias em 2017 sendo que 37 % são feitas por celulares e tablets, ou seja, a cada três transações bancárias realizadas, uma é feita através de aplicativos. Dessa forma o presente trabalho buscou compreender e analisar os usuários em Chapadão do Sul - MS, quanto a utilização desses softwares, seus aspectos de funcionalidade e riscos percebidos por quem usufrui.

O trabalho tem a seguinte estrutura: primeiramente é apresentada a delimitação do tema e a definição do problema de pesquisa, logo depois é apresentado o referencial teórico que aborda os seguintes tópicos: a metodologia de análise quantitativa com amostragem não probabilística por conveniência, através de um questionário eletrônico utilizado o método *snowball*. Para concluir, são apresentados os resultados das pesquisas, juntamente com as análises realizadas, assim como a conclusão. O presente artigo tem, portanto, o objetivo de analisar a funcionalidade dos aplicativos bancários e a percepção dos seus usuários em relação à confiança e risco percebidos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Hernandez e Mazzon (2008) apontam que o crescimento do Internet Banking (IB) no Brasil tem acompanhado nos últimos anos o desenvolvimento da internet em si. Apesar dessa taxa de crescimento já ser bastante expressiva, ainda existe um grande potencial de crescimento para as transações de IB. Para que isso seja possível é essencial que os clientes possam contar com ferramentas que demonstrem segurança, confiabilidade e funcionalidade eficaz. É indispensável que haja uma diversificação crescente das operações de internet banking oferecidas para que esse tipo de serviço se torne cada vez mais adepto às mais diversas necessidades voltadas a essa atividade. A maior parte do território nacional já é atendida por serviços de telefonia celular e hoje praticamente todo mundo possui um smartphone, o que torna acessível os aplicativos bancários aos mais variados públicos das mais variadas rendas e idades.

A utilidade percebida é a expressão que aponta para uma técnica ou instrumento que melhora o desempenho de alguma tarefa. Se tratando de aplicativos bancários, essa expressão remete à percepção e experiência do cliente no uso dessa ferramenta relacionada à eficiência de uma transação financeira. Essa percepção ser positiva é fundamental para construção da confiança entre consumidor e aplicativos bancários, desde que a tecnologia atenda à sua demanda de serviços. Afinal a tendência é que as pessoas só adotem uma novidade quando ela é útil, proporcionando uma melhora na execução de seus planos e objetivos. Para que se obtenha efetividade no atendimento às demandas dos clientes, não será suficiente apenas introduzir a modernização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no setor de prestação de serviços bancários, mas sim desenvolver a crença de utilidade do sistema entre seus usuários, porquanto a importância das TICs, enquanto pilares mediadores do autoatendimento, e a facilidade para o seu uso efetivo devem ser melhor compreendidas tanto pelo prestador de serviços quanto pelos usuários (SARANYA, 2014). Pode-se concluir que a utilidade percebida está diretamente ligada a confiança do público e conseqüentemente na frequência de uso dos aplicativos bancários e seu sucesso no mercado.

A facilidade de uso percebida pode ser definida como a noção geral formada por uma pessoa em relação ao esforço necessário para compreender e utilizar uma tecnologia específica. Quanto maior a facilidade de uso percebida, maior é a tendência de aceitação do grande público à aplicativos bancários e mais difundida no mercado essa nova tecnologia

será. É fundamental uma boa e simples interface na ferramenta, com navegação altamente intuitiva para poupar o tempo do usuário e oferecer uma sensação de conforto e domínio sobre o sistema. Além de contribuir também para a confiança por parte do consumidor, também melhora sua experiência e expande sua utilidade na facilitação de transações financeiras.

O risco percebido está intimamente ligado à segurança percebida. Nada mais é do que a percepção por parte do cliente de que o fornecedor atenderá a todos os requisitos básicos de segurança em relação à criptografia, autenticação e integridade dos dados utilizados. Dessa forma, essa percepção irá variar de acordo com o conhecimento que o usuário tem em relação ao processo de uma transação pela internet. Nesse quesito, é papel do fornecedor garantir que o público conheça pelo menos o básico de como funciona sua ferramenta e os serviços prestados pela mesma para maximizar a segurança percebida em relação ao risco percebido. Esse esforço por parte do fornecedor também pode ser determinante no sucesso de seu produto ou serviço por mostrar o cuidado com os dados, a privacidade, e a integridade patrimonial e moral de seus clientes onde a possibilidade de violação desses é considerada no cálculo no risco percebido. Uma transação financeira on-line envolve diversas informações como e-mail, telefone, endereço e em alguns casos até mesmo extratos bancários, recursos de crédito e investimentos. Informações essas que se interceptadas, assim como o próprio recurso em si envolvido, desencoraja completamente a adesão dessa ferramenta.

Segundo Fernandes (2018), há formas de proteger os dados bancários e a sua conta através de: atualizações do sistema do smartphone, onde muitas das vezes já vem com melhorias de segurança e privacidade; evitar o uso em redes Wi-Fi públicas e gratuitas; ativar a verificação de duas etapas que muitos aplicativos bancários disponibilizam; utilizar um antivírus atualizado para evitar ataques de vírus que deixam o aparelho vulnerável; e monitorar a conta frequentemente para verificar saldos e extratos, e estar ciente das transações.

Fica evidente que todos esses fatores estão ligados entre si e que um é dependente do outro no processo de aceitação ou não dos aplicativos bancários por parte da sociedade.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Realizamos uma pesquisa quantitativa-descritiva; conforme Lakatos (2017, p.304) na pesquisa quantitativa, há necessidade de mensuração das variáveis estabelecidas e verificação

e explicação das influências delas em outras variáveis, por meio de análise da frequência e correlação estatística. Lakatos (2017) afirma também que a pesquisa descritiva, descreve as características da população como sexo, idade, nível de escolaridade e socioeconômico, observando as características de um grupo. A técnica de amostragem foi não probabilística, por conveniência e snowball, segundo Gil (2019, p. 107) Nessa modalidade [snowball], o pesquisador utiliza os respondentes iniciais para identificar outras pessoas que poderão integrar a amostra. Esse processo continua até que o tamanho desejável da amostra seja alcançado. A coleta de dados se deu por meio de um questionário com perguntas direcionadas a responder o objetivo da pesquisa. Houve compartilhamento das questões através de mídias sociais, formulado pela plataforma Google Docs, no qual as perguntas, claras e objetivas, norteiam o estudo e estabelecem a relação entre as variáveis propostas no objeto de pesquisa analisado. Com um retorno de 94 questionários, teve intuito de apontar, de modo geral, características, fenômenos ou experiências de uma população em prol do estudo realizado. Coube a nós pesquisadores analisar, estudar e registrar os resultados, sem qualquer tipo de manipulação ou interferência para avaliar o fenômeno dos aplicativos bancários na frequência, estrutura e processo do seu uso. Nesta técnica padronizada de coleta de dados não houve um envolvimento direto de nossa parte no assunto analisado para obtermos a confiabilidade necessária na conclusão do estudo. Assim, pode-se dizer que a fonte de pesquisa é primária, pois os resultados foram coletados diretamente por nós autores da mesma. Esses resultados serão abordados de maneira quantitativa, utilizando à estatística e quantificando todas as opiniões e informações adquiridas no processo, procurando mensurar as experiências das pessoas que responderam pesquisa através do raciocínio lógico e priorizando os resultados numéricos.

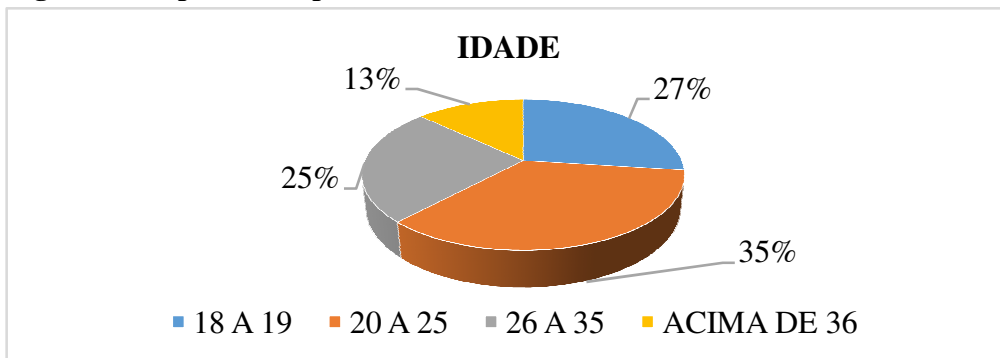
4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa realizada pretende-se questionar a satisfação dos clientes acerca de aplicativos bancários, entendendo a índole dos respondentes e o que mais estes clientes esperam deste tipo de prestação de serviço, em que foram identificados os seguintes resultados:

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Foi proposta a pergunta referente a idade, onde os respondentes deveriam descrever sua idade. A pesquisa obteve as respostas de 18 a 52 anos dos usuários de tal serviço, após filtrar as idades de respondentes que não utilizavam este serviço, notam-se particularidades bem específicas que são evidentes, quanto ao perfil de usuários de aplicativos bancários:

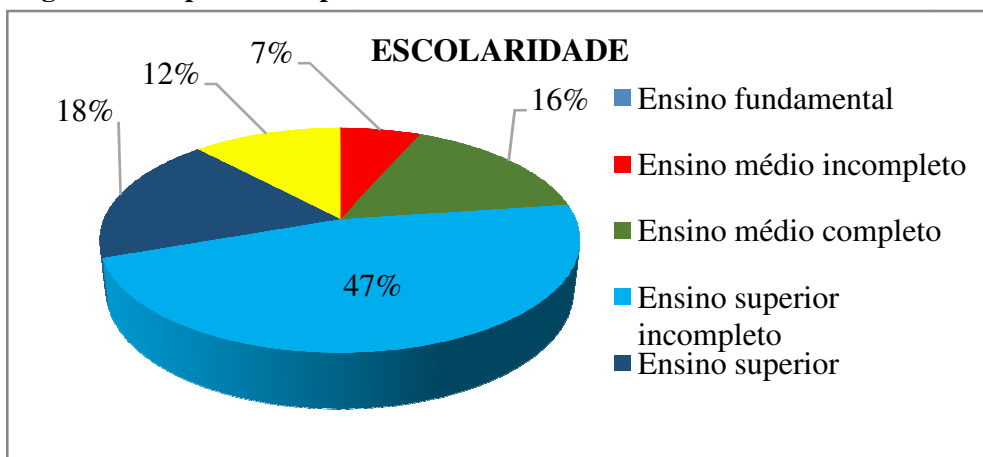
Figura 1: Respondentes por idade



Fonte: Elaborado pelos autores.

Este resultado indica que o perfil dos usuários destes aplicativos tem concentração maior entre pessoas mais jovens (entre 20 a 25 anos), onde se encontra a maior parte de usuários.

Figura 2: Respondentes por escolaridade

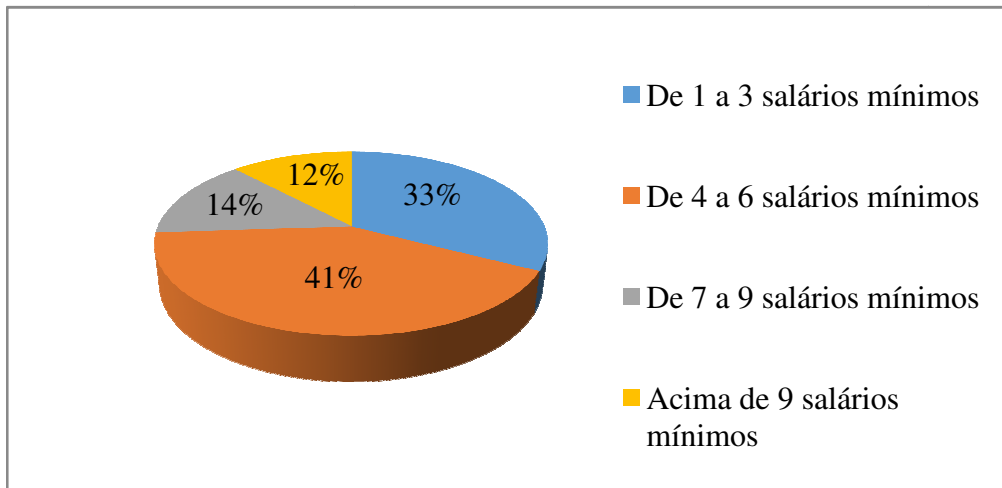


Fonte: Elaborado pelos autores.

O resultado dos respondentes por escolaridade mostra que os aplicativos são utilizados

por pessoas que tem o maior grau de escolaridade, sendo um problema para as entidades financeiras a inclusão de aplicativos acessíveis ao público de menor grau de escolaridade.

Figura 3: Respondentes por renda



Fonte: Elaborado pelos autores.

É necessário um pouco mais de atenção das empresas bancárias ao se referirem à inclusão de aplicativos a um segmento ainda pouco tratado, tendo em vista que para poder utilizar os serviços de forma remota, é necessário um dispositivo móvel ou um computador com uma configuração tecnológica mais. Dessa forma, é visível analisar que a criação de aplicativos mais acessíveis e moderados é um caminho para o atendimento a clientes de baixa renda, que possuem aparelhos ultrapassados e/ou desatualizados, como também para a inclusão de uma comunidade menos favorecida financeiramente e educacionalmente.

4.2 APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS

Nesta parte foram analisados, dentro do grupo de respondentes, quais bancos os mesmos possuem contas e em quais eles utilizam aplicativos bancários. Evidencia-se que nessa parte da pesquisa, um mesmo cliente pode possuir conta em um ou mais bancos e utiliza esse mesmo critério para aplicativos. Dentro da perspectiva, foram colhidos os seguintes dados:

Tabela 1: Respondentes por instituição financeira

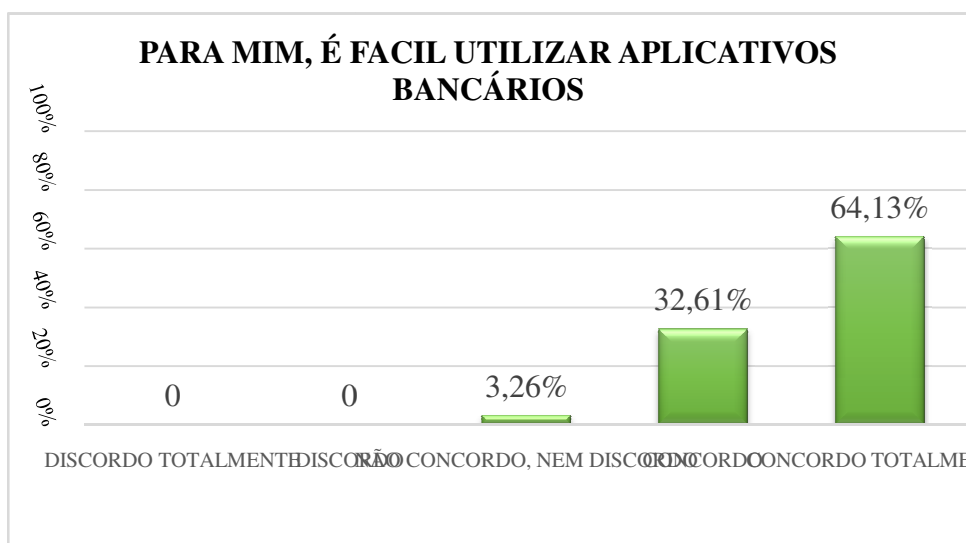
Empresa/Instituição	Utilizam o Aplicativo (quant.)	Percentual (%)
Banco do Brasil	64	42,38
Bradesco	23	15,23
Caixa Econômica Federal	28	18,54
Sicredi	12	7,95
Santander	8	5,30
Itaú	3	1,99
Nubank	10	6,62
Digio	1	0,66
Neon	1	0,66
Meu Pag	1	0,66

Fonte: Elaborado pelos autores.

Portanto, observa-se que o aplicativo mais utilizado é o aplicativo do Banco do Brasil, com 42,38% de utilização entre o grupo pesquisado. Os aplicativos menos utilizados são Digio, Neon e Meu Pag, com 0,66% de utilização. Os demais bancos oscilaram entre 15,23% a 6,62%. Sendo assim, neste ponto de vista, tem-se o Banco do Brasil visto como mais atrativo entre seu grupo de comparação, onde grande parte da base analisada utiliza seu aplicativo. Os demais bancos apresentam pouca diferenciação entre eles, onde suas diferenças não são tão significativas.

4.3 FACILIDADE E UTILIZAÇÃO DE UTILITÁRIOS

Figura 4: Respondentes por facilidade de utilização



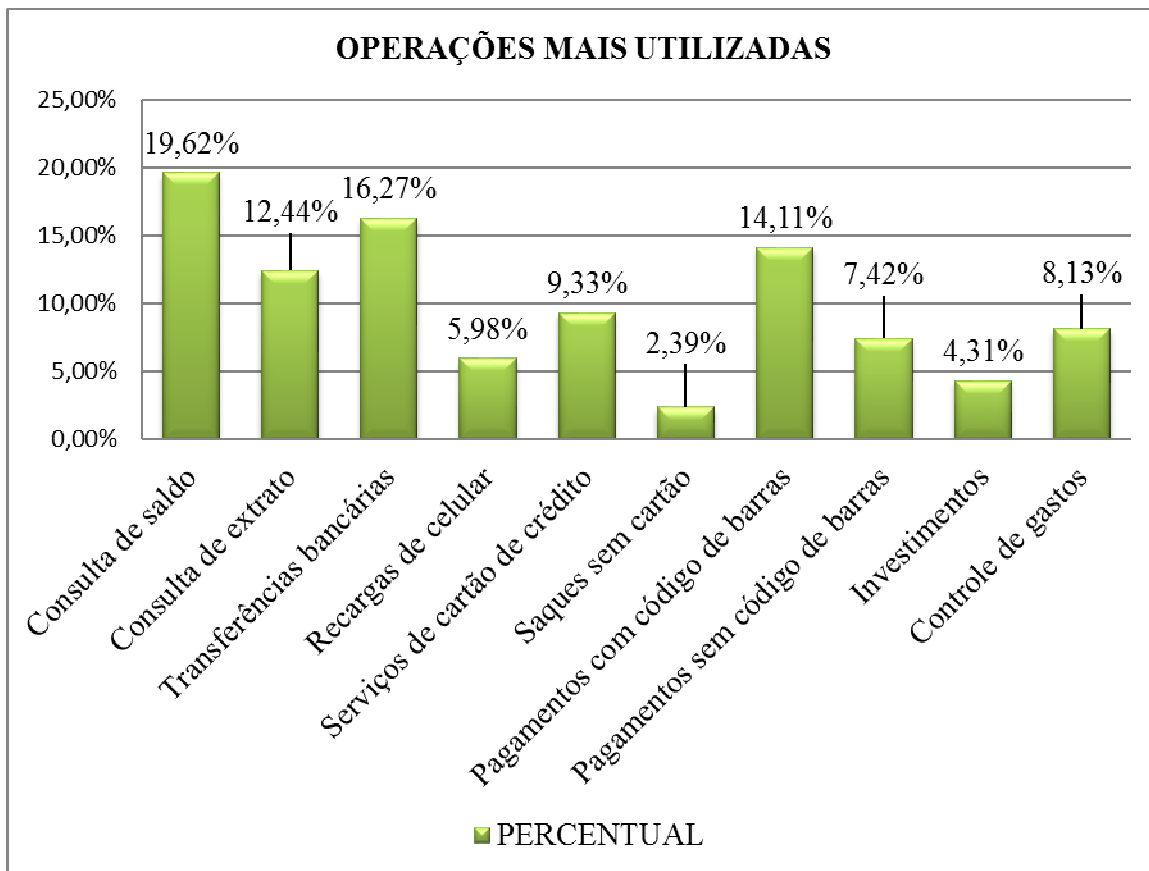
Fonte: Elaborado pelos autores.

No que diz respeito à facilidade de navegação, os usuários se mostram satisfeitos, de uma forma geral, visto que 64.13% dos pesquisados afirmam que os programas utilizados são de fácil acesso e utilização, contra somente 3.26% que ainda mostram dificuldade em usar os aplicativos. Incluindo todas as opções que o aplicativo oferece, observa-se que funções mais simples acabam sendo mais utilizadas. Em opções mais complexas os consumidores tendem a utilizar poucos serviços disponibilizados. Sendo assim, as respostas foram analisadas com base na dificuldade dos respondentes.

4.4 UTILITÁRIOS MAIS SIMPLES E MAIS UTILIZADOS

Baseando-se na utilização dos aplicativos bancários verifica-se alguns itens que são frequentemente utilizados:

Figura 5: Funções mais utilizadas pelos clientes nos aplicativos



Fonte: Elaborado pelos autores.

4.4 CORRELAÇÃO

Segundo Gil (2019, p. 2020) a força da relação entre as duas variáveis é dada pelo coeficiente: quanto mais próximo de +1,00, mais forte a correlação positiva, quanto mais próximo de -1,00, mais forte a correlação negativa. A estatística utilizada possibilita analisar as correlações entre os serviços oferecidos pelos aplicativos bancários referentes às seguintes variáveis na sequência consulta de saldo, consulta de extratos, transferências bancárias, recarga de celular, serviços de cartão de crédito, saque sem cartão, pagamentos com código de barras, pagamentos sem código de barras, investimentos e controle de gastos. A análise demonstrou que todas variáveis tem correlação entre si, ou seja, à medida que uma tende a despertar o interesse do público as outras seguem o mesmo sentido. Os dados foram descritos na tabela 2.

Tabela 2: Matriz de correlação dos serviços oferecidos pelos aplicativos bancários

		SO5 - CS	SO5 - CE	SO5 - TB	SO5 - RC88	SO5 - SCC	SO5 - SSCa	SO5 - PG	SO5 - CBCC	SO5 - INV	SO5 - CG
SO5 - CS	Correlações de Sig. (2)	1,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SO5 - CE	Correlações de coeficiente Sig. (2)	,756**	1,000	-	-	-	-	-	-	-	-
SO5 - TB	Correlações de Sig. (2)	,744**	,598**	1,000	-	-	-	-	-	-	-
SO5 - RC88	Correlações de Sig. (2)	,391**	,528**	,399**	1,000	-	-	-	-	-	-
SO5 - SCC	Correlações de Sig. (2)	,446**	,588**	,516**	,690**	1,000	-	-	-	-	-
SO5 - SSCa	Correlações de Sig. (2)	,283**	,360**	,326**	,642**	,589**	1,000	-	-	-	-
SO5 - PG	Correlações de Sig. (2)	,737**	,596**	,776**	,462**	,590**	,421**	1,000	-	-	-
SO5 - CBCC	Correlações de Sig. (2)	,585**	,607**	,636**	,609**	,630**	,515**	,768**	1,000	-	-
SO5 - INV	Correlações de Sig. (2)	,384**	,379**	,567**	,427**	,553**	,604**	,526**	,544**	1,000	-
SO5 - CG	Correlações de Sig. (2)	,622**	,653**	,531**	,412**	,588**	,446**	,531**	,490**	,501**	1,000

** A correlação é significativa no nível 0,01(2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelos autores.

5 CONCLUSÕES

Através de uma pesquisa quantitativa este trabalho teve como objetivo analisar

algumas variáveis relacionadas ao uso de aplicativos bancários. Conforme os dados apresentados conclui-se que grande parte do público entrevistado usufrui dos serviços disponíveis para dispositivos móveis oferecidos pelos bancos. Tendo ênfase no perfil dos participantes da pesquisa, o público masculino teve 53,7% de representatividade enquanto o feminino gerou uma porcentagem de 46,3%. Dentre os níveis de escolaridade em questão, os candidatos com o ensino superior incompleto obtiveram uma significância de 45,7%, tendo liderança entre as sete alternativas desse quesito. Ressaltando a situação profissional dos participantes 36,8% é o percentual representante de colaboradores do setor privado; o número de desempregados representa 7,4% do tópico.

De acordo com os resultados obtidos na variável “Serviços oferecidos pelos aplicativos”, clientes do Banco do Brasil (68,4%) lideram os números quando é questionado qual o banco mais utilizado pelo público. A operação “Consulta de saldo” tem um alto valor percentual comparado as outras funcionalidades, resultando em 86,3% na variável responsável por questionar qual operação é a mais utilizada pelos usuários dos aplicativos bancários. É importante destacar a alta quantidade de funcionalidades oferecidas por esses sistemas, o que oferece ao cliente muita mobilidade e praticidade, podendo na maioria das vezes resolver o problema ou suprir a necessidade dos usuários sem que os mesmos tenham a necessidade de frequentar uma agência do banco que utiliza.

No que se refere a “Utilidades percebidas” 58,9% dos entrevistados concordam totalmente que o uso dos aplicativos bancários possibilita o uso de serviços do seu banco particular independente da hora ou do lugar em que se conecta ao app. Um percentual de 97% afirma completamente que é fácil utilizar a aplicação do banco que utiliza. Em uma visão referente a “Percepção de risco” utilizar aplicativos bancários não é perigoso e não aumenta o risco de fraude, além de não ter uma gama significativa quando se trata do vazamento de senhas e informações pessoais. Em “Percepção de confiança e de satisfação” 45,3% dos respondentes afirmam que confiam em seus apps e que os mesmos cumprem sua finalidade. Quando se questiona a marca do aplicativo 38,7% dos que participaram da pesquisa afirma poder contar com a empresa.

Desse modo foi possível concluir que utilizar os aplicativos bancários facilita a rotina dos clientes dos bancos que oferecem essa ferramenta. Nota-se que todas as funcionalidades buscam entender as exigências dos consumidores, pois procuram englobar variáveis relacionadas ao serviço consideradas de grande importância. Com a inúmera gama de

aplicativos disponíveis percebe-se que este setor sofre com a alta competitividade, onde se destaca aquele que oferece um leque de operações que facilite cada vez mais a vida dos usuários. Constatou-se que os clientes se sentem seguros quanto a privacidade de suas informações pessoais, destacando suas senhas, e que estão satisfeitos com as funcionalidades disponíveis, além de acharem fácil usufruir dos softwares. Por fim podemos concluir que os usuários de aplicativos, apresentam grandes expectativas em relação à qualidade do serviço.

REFERÊNCIAS

AGARWAL, R.; PRASAD, J. Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies? **Decision Sciences**, v. 30, n. 2, p. 361-391, mar. 1999.

CORRÊA, G. B.; OLIVEIRA, T. B. AVALIAÇÃO DE USABILIDADE EM SISTEMAS BANCÁRIOS PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS. **Revista da Mostra de Iniciação Científica**, v. 2, n. 1, 2016.

DAVIS, F. D.; BAGOZZI, R. P.; WARSHAW, P. R. USER ACCEPTANCE OF COMPUTER TECHNOLOGY: A COMPARISON OF TWO THEORETICAL MODELS. **MANAGEMENT SCIENCE**, v. 35, n. 8, p. 982-1003, ago. 1989.

DEVARAJ, S.; FAN, M.; KOHLI, R. Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference: Validating e-Commerce Metrics. **Information Systems Research**, v. 13, n. 3, p. 316-334, sep. 2002.

FEBRABAN. **Federação Brasileira de Bancos. Investimentos dos bancos em tecnologia somam R\$ 19,5 bilhões em 2017**. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/noticia/3184/pt-br/>>. Acesso em: 08 jun. 2019.

FERNANDES, Rodrigo. **Dicas de segurança ao usar aplicativos de bancos**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2018/08/o-que-se-deve-ou-nao-fazer-ao-usar-apps-de-bancos.ghtml>>. Acesso em: 08 jun. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GU, J. C.; LEE, S. C.; SUH, Y. H. Determinants of behavioral intention to mobile banking. **Expert Systems with Applications**, v. 36, n. 9, p. 11605-11616, nov. 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia Científica**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.

SARANYA, J.; ANITHA, K.; VASANTHA, S. Empirical Study on Role of ICT in Banking Sector. **International Journal of Multidisciplinary and Current Research**, v. 2, p. 336-340, abr. 2014.

VENKATESH, V.; DAVIS, F. D. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. **Management Science**, v. 46, n. 2, p. 186-204, fev. 2000.