

TATIANA BANCK DALCIN

**AUTOMAÇÃO BANCÁRIA NO BRASIL NA DÉCADA DE 90 E OS IMPACTOS
SOBRE OS CLIENTES PESSOAS FÍSICAS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná como pré-requisito à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Adilson Antônio Volpi

**CURITIBA
2008**

TERMO DE APROVAÇÃO

TATIANA BANCK DALCIN

AUTOMAÇÃO BANCÁRIA NO BRASIL NA DÉCADA DE 90 E OS IMPACTOS
SOBRE OS CLIENTES PESSOAS FÍSICAS

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Econômicas do Departamento de Economia da Universidade Federal do Paraná, pela Comissão Examinadora formada pelos professores:


Orientador:



Professor: Adilson Antônio Volpi



Professor: Luiz Alberto Esteves



Professor: Mariano de Matos Macedo

Curitiba, 06 de novembro de 2008.

AGRADECIMENTOS

A todos que, direta ou indiretamente contribuíram para a realização desse trabalho.

Agradeço ao meu namorado pelo apoio e força durante o curso, a minha irmã Talita por ter me auxiliado e por ter corrigido a minha monografia, e principalmente ao meu orientador Adilson Antonio Volpi, pelo acompanhamento e apoio na realização desse trabalho.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	iv
LISTA DE SIGLAS	v
1. INTRODUÇÃO	1
2. REFERENCIAL TEÓRICO	3
2.1 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER	3
2.2 MARIO L.POSSAS E A CONCORRÊNCIA SCHUMPETERIANA	4
2.3 RONALDO FIANI E A TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO	5
2.4 A VISÃO DIGITAL DE NICHOLAS NEGROPONTE	6
2.5 BILL GATES.....	8
3. O SISTEMA BANCÁRIO NO BRASIL	10
3.1 A EVOLUÇÃO DO SISTEMA BANCÁRIO NO BRASIL	10
3.1.1 O Reflexo da evolução do sistema bancário	12
4. AUTOMAÇÃO BANCÁRIA	14
4.1 OS INVESTIMENTOS APLICADOS NA AUTOMAÇÃO DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS	14
4.2 CANAIS ALTERNATIVOS E NOVOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS BANCOS APÓS A AUTOMAÇÃO.....	15
4.3 AS VANTAGENS DA AUTOMAÇÃO BANCÁRIA PARA OS CLIENTES.....	17
4.4 QUALIDADE DOS SERVIÇOS COMO FATOR DIFERENCIAL	21
4.5 O CUSTO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS.	24
4.6 O ATENDIMENTO DOS BANCOS E A LEGISLAÇÃO A SERVIÇO DOS CLIENTES.....	26
4.7 A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E OS CRIMES ELETRÔNICOS	29
5. NOVAS TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS PARA O SETOR BANCÁRIO.	31
5.1 AS NOVAS TECNOLOGIAS QUE ESTÃO SENDO IMPLANTADAS E OUTRAS QUE AINDA SERÃO, PARA MELHORAR AINDA MAIS OS SERVIÇOS BANCÁRIOS PARA OS CLIENTES.....	31
6. CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS	36

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: EVOLUÇÃO DAS CONTAS CORRENTES/POUPANÇAS – 1999-2001	13
TABELA 2: INVESTIMENTOS EM TI – 1999 - 2001.....	14
TABELA 3: EXPANSÃO DA REDE DE ATENDIMENTO – 2001 - 2006.....	18
TABELA 4: EVOLUÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR ORIGEM – 2004- 2006.....	19
TABELA 5: EVOLUÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS UTILIZANDO A INTERNET – 2000 - 2004.....	21
TABELA 6: TRANSAÇÕES COM CARTÕES X CHEQUES – 2000 - 2001.....	22
TABELA 7: TRANSAÇÕES EFETUADAS COM CARTÕES DE CRÉDITO – 2001 - 2006.....	23
TABELA 8: CUSTO DE OPERAÇÕES BANCÁRIAS NO BRASIL EM 1998.....	24
TABELA 9: SERVIÇOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE – 2003 - 2006.....	28
TABELA 10: NOVAS TECNOLOGIAS PARA O SETOR BANCÁRIO - 2002 - 2004	32

LISTA DE SIGLAS

ABECIP	- Associação Brasileira das Entidades de Crédito imobiliário e Poupança
ABECS	- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços
ATM	- Automatic Teller Machine
BACEN	- Banco Central do Brasil
CDC	- Código de Defesa do Consumidor
CMN	- Conselho Monetário Nacional
CPMF	- Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira
DOC	- Documento de Crédito
FEBRABAN	- Federação Brasileira de Bancos
FGC	- Fundo Garantidor de Crédito
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IOF	- Imposto Sobre Operações Financeiras
IP	- Internet Protocol
PC	- Personal Computer
PIB	- Produto Interno Bruto
PROCON	- Coordenadoria Estadual de Proteção e Defesa do consumidor
PROES	- Programa de Incentivo à Redução do Setor Público Estadual
PROER	- Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional
SAC	- Serviço de Atendimento ao Cliente
SINDIBANCARIOS	- Sindicato dos Bancários
STAR	- Sistema de Divulgação de Tarifas de Serviços Bancários
SUMOC	- Superintendência da Moeda e do Crédito
TED	- Transferência Eletrônica Disponível

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, as informações fluem de forma rápida e contínua no mercado financeiro obrigando as instituições bancárias a manterem-se atualizadas diante dos acontecimentos mundiais que estão afetando direta ou indiretamente todos os setores da economia.

A automação bancária, impulsionada pela constante evolução do setor e desenvolvimento da tecnologia nas últimas décadas, vem crescendo constantemente, o que vem gerando muitos benefícios para os clientes que utilizam os serviços bancários especialmente pela praticidade, e para as instituições financeiras, pela notável redução de custos.

A excelência no atendimento passou a representar a principal estratégia de marketing dos bancos, imprimindo a imagem de confiabilidade e rapidez no atendimento prestado, elevando sua captação de recursos e aumentando o volume de negócios.

Foi a partir da década de 1970, que ocorreu um grande salto na disponibilização comercial de novas tecnologias com o uso de satélites para serviços de teleprocessamento. Nesse período, surgiram os caixas automáticos que funcionavam também aos finais de semana. Nos anos 80, o cartão magnético ampliou a possibilidade de acesso aos serviços bancários, pois mesmo as pessoas com pouca instrução começaram a se adaptar, lentamente, ao processo de utilização dos cartões magnéticos e ao uso de senhas. Mas a invasão da informática nos bancos brasileiros é determinante a partir da década de 90.

Desse modo, o desenvolvimento da tecnologia nos últimos anos mudou em definitivo o conceito dos bancos. A melhoria dos processos de serviços de empréstimos, investimentos, auto-atendimento, foram fruto da velocidade das transações e da ausência de barreiras geográficas para melhor acesso as informações.

Nesse sentido, esse estudo visa apresentar o progresso tecnológico ocorrido na década de 1990 até os dias atuais, com foco nas transformações ocorridas no setor bancário nacional e os benefícios gerados pela automação bancária no dia a dia dos clientes pessoas físicas, partindo-se da hipótese que a automação bancária melhorou muito a vida dos clientes que utilizam os serviços bancários, mas teve como consequência um aumento da competitividade interbancária, seja, em serviços

e atendimentos prestados, tarifas cobradas, produtos comercializados e terceirização de serviços, tudo isso com o objetivo final de conquistar novos clientes e manter os que já possuem, e principalmente reduzir os custos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo será feita uma revisão teórica sobre as inovações tecnológicas e os seus impactos sobre o sistema bancário no Brasil.

2.1 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER

Schumpeter utilizava a teoria do fluxo circular para dizer que todos os bens produzidos teriam seu mercado consumidor. Porém com a inserção das inovações nas atividades econômicas, ocorre um desequilíbrio no fluxo circular.

No entanto as inovações no sistema econômico não aparecem, via de regra, de tal maneira que primeiramente as novas necessidades surgem espontaneamente nos consumidores e então o aparato produtivo se modifica sob sua pressão. Não negamos a presença desse nexos. Entretanto, é o produtor que, igualmente, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar. Portanto, apesar de ser permissível, e até mesmo necessário, considerar as necessidades dos consumidores como uma força independente e, de fato, fundamental na teoria do fluxo circular, devemos tomar uma atitude diferente quando analisamos a mudança. (SCHUMPETER, 1982, p. 48)

Dessa forma, o produtor promoverá uma mudança na economia com a introdução das inovações, criando novas combinações que ocorrerão baseadas nas antigas, que devidamente ajustadas irão gerar desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1982).

Schumpeter (1982) classificou essas inovações ou novas combinações da seguinte forma:

1) Introdução de um novo bem – ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estiverem familiarizados – ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não. 4) Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio. (p.48-9)

E para ele os meios necessários para que as inovações ocorram já estão em utilização no dia a dia da população, e irão ocasionar muitas transformações resultando no desenvolvimento da economia. Porém, para que esse desenvolvimento ocorra, será necessário dispor de capital disponível para poder investir nessas inovações.

Portanto, segundo esse autor o banqueiro não é somente um intermediador de mercadorias, mas sim o próprio produtor, pois ele será o principal responsável para a ocorrência das inovações, devido ao fato de estar entre os produtores e os inovadores, desempenhando a função de intermediário financeiro.

Diante disso, uma nova fase se inicia, através da figura do empresário empreendedor, o qual será responsável pela combinação entre os meios de produção e o crédito, e esse empresário colocará em prática os novos processos de desenvolvimento das empresas. (SCHUMPETER, 1982).

No caso da automação bancária, o banqueiro apresenta-se principalmente como demandante das inovações para aumentar os lucros, além de divulgador dessa automação através dos serviços prestados pelos bancos.

2.2 MARIO L. POSSAS E A CONCORRÊNCIA SCHUMPETERIANA

POSSAS (2002), entende que as inovações são uma busca constante de grandes lucros, diante das vantagens competitivas obtidas entre as empresas, que procuram se diferenciar umas das outras de diversas formas, seja através do processo tecnológico, ou através dos clientes e serviços prestados. Essa concorrência entre as empresas já tinha sido percebida por Marx, através da introdução do progresso técnico, tornando-se endógena a economia capitalista por fatores internos devido às mudanças estruturais geradas pelas inovações.

“A concorrência é um processo (ativo) de criação de espaços e oportunidades econômicas, e não apenas, ou principalmente, um processo (passivo) de ajustamento em direção a um suposto equilíbrio, nem supõe qualquer estado tendencial “normal” ou de equilíbrio, como nos enfoques clássico e neoclássico”. (POSSAS, 2002, p. 419).

Ainda segundo o autor, para Schumpeter não basta apenas realçar a mudança da tecnologia, mas sim todas as mudanças no universo econômico

efetuadas pelas empresas em busca de vantagens competitivas e futuros lucros. Dessa forma, a concorrência entre as grandes empresas do mercado oligopolista ocorre através de instrumentos de diferenciação melhores e mais eficazes tais como: tecnologia, organização, novas estratégias, entre outros, e tudo isso se dá por causa da busca desenfreada por diferentes ganhos e aumento dos lucros.

2.3 RONALDO FIANI E A TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Diante desse contexto de aumentos nos lucros, Fiani fala sobre a teoria dos custos de transação.

“A teoria de custos de transação suspende a hipótese de simetria de informações, e elabora um conjunto de hipóteses que tornam os custos de transações significativos: racionalidade limitada, complexidade e incerteza, oportunismo e especificidade de ativos”.(FIANI 2002, p.269).

A racionalidade limitada, a complexidade e a incerteza geram assimetrias de informação, isto é, são diferentes informações que ambos os envolvidos em uma transação possuem, e isso afeta a transação no final. Isso ocorre porque a capacidade humana é limitada tanto no acúmulo e processamento de informações quanto na transmissão dessas informações.

O oportunismo está ligado a manipulação das assimetrias de informação, com o objetivo de apropriar-se de fluxos de lucros, isto é, ocorre uma disputa de lucros entre o fornecedor do insumo que oferece o produto com um preço mais alto e o comprador que terá um menor lucro devido ao preço elevado do insumo.

Já as especificidades de ativos ocorrem em pequeno número e a quantidade de agentes participantes também é pequena, isto é, reduz-se o número de produtores capazes de ofertar os ativos específicos e a quantidade de demandantes desses ativos. Dessa forma a especificidade de ativos é necessária para que as atitudes oportunistas sejam significativas em relação ao risco, senão, a rivalidade entre os agentes aptos a participarem das transações como vendedores ou compradores, diminuiriam as atuações oportunistas.(FIANI, 2002).

Assim, os custos de transação refletem a dificuldade de se contratar um serviço através do mercado, gerados pela racionalidade limitada, complexidade e incerteza, oportunismo e ativos específicos.

2.4 A VISÃO DIGITAL DE NICHOLAS NEGROPONTE

Nicholas Negroponte baseou sua teoria na diferença entre bits e átomos, na qual a natureza é constituída de átomos que podem ser transformados em uma natureza digital os bits, que podem transmitir as informações em pouco tempo através dos computadores.

Segundo NEGROPONTE (1995) as mudanças que ocorrem nos computadores são emanadas das necessidades humanas, o que faz as inovações tecnológicas cada vez mais presentes. A sociedade necessita de aplicativos mais modernos e mais seguros para poderem efetuar suas transações bancárias, o que justifica os altos investimentos em inovações.

Embora o ritmo da mudança esteja mais rápido do que nunca, a inovação tem seu passo determinado menos por conquistas tecnológicas como o transistor, o microprocessador ou a fibra ótica e mais por novas aplicações como a computação móvel, as redes globais e a multimídia. Isso se deve em parte aos custos fenomenais associados às fábricas de chips modernos – para os quais precisam ser urgentemente desenvolvidos novos aplicativos, capazes de consumir todo o seu poder de processamento e memória – , e também ao fato de que, em muitas áreas de hardware, estamos nos aproximando de limitações físicas. (NEGROPONTE, 1995, p. 70).

Para esse autor a computação deixou de ser propriedade exclusiva de militares, dos sistemas governamentais e das empresas, ela está sendo utilizada por diversos indivíduos da sociedade, com infinitos objetivos dentre eles o desenvolvimento, o que hoje é facilmente perceptível.

A indústria da informação vai se tornar algo mais parecido com uma banca tendo por feira a superestrada global da informação. Os clientes serão pessoas e seus computadores os agentes. A feira digital é real? É, mas apenas se a interface de comunicação das pessoas com seus computadores desenvolver-se de tal modo que falar com o computador seja tão fácil quanto falar com outro ser humano. (NEGROPONTE, 1995, p.78).

Ou seja, não basta apenas acontecer a inovação tecnológica dos computadores, é preciso que as pessoas acompanhem essas mudanças de forma a facilitar as suas vidas e não dificultar ainda mais.

Entender computadores é tão fácil quanto entender um extrato bancário. Por que os computadores (e os extratos bancários) têm de ser tão desnecessariamente complicados? Por que é tão difícil “ser digital” ?

Computadores não têm de ser complicados, e “ser digital” não precisa ser tão difícil. A evolução da informática vem ocorrendo num ritmo tão acelerado que recentemente passamos a dispor de um poder de processamento a um preço baixo o bastante para podermos gastá-lo

livremente no aperfeiçoamento da facilidade de interação entre você e seu computador (NEGROPONTE, 1995, p. 81).

Esse autor constata ainda que, na década de 1970, existiam poucos computadores em todo o mundo, pois naquela época usar computador não era algo tão comum, devido às dificuldades de linguagem e manuseio das máquinas que não possuíam a tecnologia e as facilidades de hoje. O objetivo de outrora era fazer com que os computadores conhecessem seus próprios usuários, entendessem, e resolvessem suas necessidades.

Porém, com toda essa tecnologia de inovação, passamos por problemas como a pirataria, invasões de privacidade e roubo de informações, riscos que também já haviam sido alertados por NEGROPONTE (1995). Um exemplo claro disso são as invasões realizadas por *Hackers* que descobrem senhas e fazem grandes estragos nas contas correntes dos clientes, o que gera grandes prejuízos financeiros aos bancos, que têm que arcar com esses desfalques.

Dessa forma, os bancos têm investido fortemente em novos sistemas e tecnologias de segurança capazes de detectar quando uma conta está sendo invadida ou mesmo possibilitar entrar em contato com o cliente no momento em que se identifica uma transação suspeita efetuada na conta corrente ou nos cartões de crédito.

A vida digital está cada dia mais presente na vida da população, pois o computador virou ferramenta essencial no cotidiano das pessoas que dependem dele para o trabalho, mas que também o utilizam para comunicação e lazer.

Para os bancos o uso do computador permitiu uma grande redução nos custos gerando, assim, um aumento significativo dos lucros. E para os clientes, o benefício foi ainda maior, pois, através dos computadores, eles conseguem realizar diversas transações financeiras na comodidade de seus lares ou escritórios com rapidez e segurança.

Sendo assim, “A tecnologia digital pode vir a ser uma força natural a conduzir as pessoas para uma maior harmonia mundial” (NEGROPONTE 1995, p.197).

2.5 BILL GATES

Bill Gates é o fundador da Microsoft, a maior empresa de software do mundo.

Na década de 1980 a obtenção de informações era muito cara e por isso não estavam facilmente disponíveis. Porém, com a era digital, tornou-se mais fácil obter essas informações.

“A revolução do microprocessador não só está dando aos PCs um aumento exponencial de poder, como está propiciando a criação de toda uma nova geração de dispositivos digitais inteligentes – *handhelds* (micros de mão), Auto PCs, *smart cards* (cartões inteligentes) e outros a caminho que – irão disseminar o uso da informação digital” (GATES 1999, p. 11).

Segundo o autor a conectividade passa a ser muito mais que o simples contato entre duas pessoas. A Internet torna-se um meio mundial de divisão de informações, cooperações e até mesmo de comércio.

Estimou-se que em pouco tempo as pessoas estariam utilizando diariamente os computadores tanto em casa quanto no trabalho, utilizando-se de correios eletrônicos conectados a Internet e isso realmente acontece, conforme Gates previu.

Na atividade bancária, os dados sobre as relações com clientes e as análises de crédito estão no coração do negócio, e os bancos sempre foram grandes usuários da tecnologia da informação. Contudo, na era da Internet e da crescente desregulamentação dos mercados financeiros, como pode um banco diferenciar-se de outro? Essa diferença resume-se à inteligência na análise de crédito e na administração de riscos e à sua sensibilidade na relação com os clientes (GATES 1999, p. 28).

Segundo Gates (1999), os bancos devem fornecer aos seus clientes acessos seguros às informações bancárias e pagamentos de contas *online*. Também devem ter profissionais capacitados para orientar os clientes que necessitem de orientação financeira para exercerem atividades de alto valor.

Dessa forma, o diferencial dos bancos está justamente na forma em que disponibilizam seus serviços ao cliente, bem como o atendimento prestado quando o cliente necessita de orientação e apoio para realizar determinadas transações.

“Embora os bancos sempre tenham sido grandes usuários da tecnologia da informação, não têm a reputação de inovadores ou de chegada rápida ao mercado com novos programas e serviços, por terem seus negócios extremamente controlados” (GATES, 1999, p. 149).

O autor destaca que o banco Bradesco foi o pioneiro dentre as empresas privadas brasileiras no uso de computadores na década de 1960. Também foi o primeiro a ofertar serviços através de Caixas Automáticas e *home banking*. Devido aos problemas inflacionários brasileiros as informações sempre foram mantidas muito atualizadas, o que faz dos bancos brasileiros os mais atualizados em comparação aos bancos americanos e do resto do mundo referente às contas.

Este banco criou o cartão salário para que os funcionários das empresas fossem pagos diretamente nos caixas automáticos sem necessidade de abertura de conta bancária, também criou serviços *online* para deficientes visuais. Através da Internet os clientes podem consultar os investimentos disponíveis, podem efetuar compras, pagamentos de contas, entre muitos outros serviços.(GATES, 1999).

“O objetivo é cruzar informações de todos esses tipos de transações para criar um perfil completo do cliente do banco. Com esse perfil demográfico, o banco poderá oferecer serviços mais direcionados ou vender os serviços novos que sua tecnologia lhe possibilita criar com tanta rapidez”.(GATES 1999, p.152).

Pois, segundo ele, quando os bancos conseguirem reunir as informações necessárias sobre seus clientes, poderão oferecer serviços personalizados para cada tipo de cliente, bem como, saberão também quais produtos podem ser oferecidos para cada cliente, bastando apenas cruzar os dados contidos nos cadastros, como por exemplo, o fator renda e os investimentos efetuados nos bancos, entre outros.

Com todas essas informações os bancos conseguirão aumentar seus lucros através da venda de produtos e assim fazer com que seus clientes se sintam satisfeitos com os serviços prestados e com a excelência no atendimento recebido, o que gera um ciclo de confiança: cliente compra produto do banco, usa, fica satisfeito e adquire novos outros produtos, intensificando seu relacionamento com a instituição.

3. O SISTEMA BANCÁRIO NO BRASIL

3.1 A EVOLUÇÃO DO SISTEMA BANCÁRIO NO BRASIL

O sistema bancário implantado no Brasil baseava-se em um modelo no estilo europeu e suas atividades giravam em torno de depósitos a vista e empréstimos. Pode-se dizer que o contato que os bancos tinham com seus clientes ocorria de forma direta no interior das agências. Mas, a partir do séc. XX, grandes mudanças se iniciaram no sistema bancário (FORTUNA, 2005).

Em 1945, foi criada a SUMOC (Superintendência da Moeda e do Crédito) com o objetivo de substituir alguns critérios ineficientes de fiscalização que eram utilizados, e também, com o intuito de controlar o mercado monetário. Nessa mesma época criou-se o depósito compulsório para controle do volume de crédito.

Devido ao grande número de fusões e incorporações que ocorreram na década de 1960, o Sistema Financeiro Nacional tornou-se mais sólido.

A Reforma Bancária de 1964 (Lei 4.595, de 31/12/64) e a Reforma do Mercado de Capitais (Lei 4.728, de 14/07/65) definiram uma política que procurava acabar com a controvérsia relativa às instituições financeiras, ou seja, evolução no sentido europeu, pela qual os bancos eram as principais peças do sistema financeiro, operando em todas as modalidades de intermediação financeira, ou adoção de modelo americano, no qual predominava a especialização. (FORTUNA 2005, p. 03 - 04)

Segundo FORTUNA (2005) devido às novas normas, os bancos ficariam responsáveis pelo capital de giro e operações de curto prazo e assim foram criados os bancos de investimentos. O Banco do Brasil ficou classificado como banco comercial misto, atuando também através de operações de longo prazo.

“A estrutura atual básica do sistema financeiro resulta, portanto, dessa reforma institucional do biênio 64/65, que criou o Conselho Monetário Nacional e o Banco Central do Brasil, além da regulamentação das diferentes instituições de intermediação, entre as quais as integrantes do Sistema Financeiro de habitação – SFH” (FORTUNA, 2005, p. 04).

Com a criação do Banco Central do Brasil, os bancos foram reorganizados contando com o grande apoio das inovações tecnológicas.

A década de 1980, foi um período marcado pelas altas taxas de inflação, e com o objetivo de tentar conter o avanço inflacionário foi criado o Plano Cruzado

pelo então presidente José Sarney. Através desse Plano o governo optou pelo congelamento dos preços, a fixação das taxas de câmbio e a desindexação da economia.

Diante desse cenário os bancos tiveram que se adequar à nova realidade da economia, onde os ganhos exorbitantes por causa da inflação elevada estavam chegando ao fim.

Nessa mesma época foram criados os bancos múltiplos, gerando uma maior busca pela automatização das atividades bancárias. O grande volume de transações e a necessidade de rapidez no processamento das informações impulsionaram a busca por investimentos nas áreas de informática e telecomunicações.

O processo de globalização, a abertura econômica e o Plano Real provocaram, em seu conjunto, com o apoio do PROER, do FGC, do PROES e da adesão do Brasil ao Acordo de Basileia, um processo de saneamento, privatização e fusão de instituições bancárias que, atualmente, no início do séc. XXI, podemos dizer que inicia uma revolução nos métodos e práticas de nossa atividade bancária, sem dúvida, para melhor. (FORTUNA 2005, p. 04)¹

Esse autor afirma ainda que com o fim da inflação elevada, os bancos passaram por uma reestruturação e globalização, gerando a entrada de novos competidores estrangeiros no Brasil.

Para que os bancos brasileiros conseguissem seguir num mercado tão competitivo juntamente aos bancos internacionais foi necessária a fusão de alguns bancos e a privatização de outros, pois com esse processo o número de instituições diminuiu muito. Essas privatizações ocorreram, pois alguns bancos já não tinham mais condições de enfrentar um mercado tão competitivo.

Sendo assim, os bancos necessitaram de uma adequação a essa nova realidade em que se encontravam. Uma forma de ganhar novos clientes foi à diversificação e aumento da oferta de produtos no mercado. Com o processo de segmentação de clientes conseguiu-se descobrir o perfil de cada um e desta forma aumentar o número de produtos comercializados para um mesmo cliente.

“O cenário vigente a partir de junho/94 exigiu um novo aprendizado por parte dos bancos na sua reestruturação administrativa e técnica voltada para análise e concessão de crédito e, por parte dos próprios clientes, em uma cultura sem

¹ Proer: Programa de Estimulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional
Fgc: Fundo Garantidor de Crédito

Proes: Programa de Incentivo à Redução do Setor Público Estadual

inflação, mudança que veio acompanhada por um aumento no nível de inadimplência” (BACEN 1996, p.53).

Devido a grande estabilidade econômica ocorrida com a implementação do Plano Real, os ganhos de *floating*² deixaram de existir, e os bancos passaram a adotar a cobrança de tarifas sobre os serviços prestados com o objetivo de aumentar sua receita. Os ganhos com *float* eram tão significativos para o sistema bancário que propiciavam que diversos serviços fossem gratuitos, e ainda sim houvesse grandes margens de lucros.

Segundo o BACEN (1996) com esta estabilização do sistema econômico os bancos passaram a optar pela terceirização de alguns serviços, para reduzir custos. Assim, a informatização foi de grande importância para a concorrência interbancária na diferenciação de produtos e serviços.

3.1.1 O Reflexo da evolução do sistema bancário

As diversas mudanças ocorridas no setor de serviços bancários geraram uma maior competitividade entre as instituições financeiras, que passaram a utilizar computadores em seus serviços tanto internamente quanto externamente, ocasionando uma redução nos custos dos serviços oferecidos pelos bancos, possibilitando maior competição em relação aos preços. (REED, 1994).

Com a estabilidade econômica e conseqüente queda nas taxas de juros as operações de crédito no sistema bancário se alavancaram e com isso muitas pessoas que não tinham conta corrente ou não utilizavam os serviços bancários passaram a fazer parte desse cenário, gerando assim uma maior competição interbancária com o intuito de conquistar esses novos clientes.

Pois segundo Schumpeter o produtor, no caso da automação o banqueiro, promoverá uma mudança na economia com a introdução das inovações, criando novas combinações que ocorrerão baseadas nas antigas e que devidamente ajustadas irão gerar desenvolvimento econômico.

Conforme dados da FEBRABAN (2002), houve um crescimento na quantidade de pessoas que passaram a ter contas correntes e desfrutar dos serviços

² *Floating*: são operações que permitiam que os bancos tivessem um lucro apropriando-se da diferença entre o valor nominal dos depósitos à vista efetuados pelos clientes e garantidos pelo banco e o valor atualizado cobrado pelo banco do tomador de empréstimos financiado por tais depósitos.

bancários. No período de 1999 a 2001, registrou-se um aumento em torno de 41% na quantidade de contas correntes. Já as contas poupança cresceram aproximadamente 23%, analisando-se o mesmo período, conforme mostra a tabela abaixo:

TABELA 1: EVOLUÇÃO DAS CONTAS CORRENTES/ POUPANÇAS – 1999-2001

	EM MILHÕES			VARIAÇÃO	
	1999	2000	2001	01/99	01/00
Contas correntes	49,9	55,8	63,2	26,6	13,26
Clientes de poupança	41,6	45,8	51,2	23	11,79
População (habitantes)	167,9	170,1	172,3	1,31	2,29

FONTE: FEBRABAN, 2002, Atendimento e serviços

NOTAS: BACEN, IBGE

Esse aumento da quantidade de contas correntes novas é reflexo de uma maior confiança dos clientes nas instituições bancárias e da facilitação dos bancos para a abertura de contas, esse processo tornou-se menos custoso e burocrático. Com isso, os bancos passaram a comercializar diversos outros produtos para seus clientes, pois, na era digital a conta corrente não é mais benefício exclusivo das classes mais altas, visto que as classes C e D também passam a ter conta corrente e não apenas para recebimento de salário, mas também para poder desfrutar de todos os outros serviços e benefícios oferecidos pelos bancos.

Devido a esse aumento de clientes utilizando os serviços bancários, as instituições financeiras perceberam a necessidade de modernizar suas estruturas e serviços.

O surgimento da economia do conhecimento não se beneficiou apenas da expansão extremamente rápida dos dados, informações e conhecimento, mas também do súbito crescimento da classe média, dos fundos de pensão dos burgueses e da cobertura de seguros, o que representa um número maior de consumidores potenciais para os serviços - e, por conseguinte, a necessidade de uma infra-estrutura financeira completamente nova. (TOFFLER, 2007, p.362)

Partindo dessa necessidade de uma infra-estrutura nova e mais moderna iniciou-se um processo de automação bancária, com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços prestados e reduzir os custos.

4. AUTOMAÇÃO BANCÁRIA

4.1 OS INVESTIMENTOS APLICADOS NA AUTOMAÇÃO DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS

A automação bancária vem ocorrendo como uma maneira de facilitar o acesso do cliente aos serviços bancários, mas principalmente como um redutor de custos e obviamente, aumento de lucros.

Com a estabilização econômica, o processo de ajuste estrutural do sistema bancário vem centrado-se fundamentalmente na redução do número de funcionários da rede de agências, inclusive com a terceirização de serviços, de forma a reduzir custos. Desse modo, assumiu grande importância o processo de informatização, que se colocava, desde o início, no contexto da concorrência interbancária como principal instrumento para diferenciação de produtos e serviços. (BACEN, 1996, p.54).

A automação significou, para as instituições bancárias, a possibilidade de agilidade dos registros financeiros e das informações, gerando uma melhoria na qualidade dos serviços prestados. Esta diferenciação de serviços passou então a representar uma das mais importantes estratégias de marketing utilizadas pelo setor bancário, junto aos clientes.

A tabela abaixo mostra os crescentes investimentos, por parte dos bancos, em Tecnologia da Informação (TI), visando atender a crescente demanda de serviços mais eficientes para os clientes.

TABELA 2: INVESTIMENTOS EM TI – 1999 -2001

	EM R\$ MILHÕES			VARIÇÃO	
	1999	2000	2001	01/99	01/00
Hardware	1.283	1.331	1.476	15,0%	10,09%
Equipamentos e linhas de comunicação	335	431	301	-10,2%	-30,1%
Softwares adquiridos de terceiros	299	517	509	70,2%	-1,5%
Softwares desenvolvidos no próprio banco	574	613	838	46,0%	36,7%
Total	2.491	2.892	3.124	25,4%	8.0%

FONTE: FEBRABAN, 2002 Investimentos

O destaque dos investimentos em TI é para as aplicações em desenvolvimento de softwares pelos próprios bancos que aumentaram 46% em comparação entre os anos de 1999 e 2001. Esses investimentos superam os investimentos aplicados em programas adquiridos de empresas terceirizadas que tiveram uma queda de 1,5% entre os anos de 2000 e 2001

Pois segundo Mário Possas, as inovações são uma busca constante de grandes lucros, diante das vantagens competitivas obtidas entre as empresas, neste caso entre os bancos, que procuram se diferenciar de diversas formas, seja através de processos tecnológicos, ou através dos clientes e serviços prestados.

Dessa forma, segundo a FEBRABAN (2002), os investimentos dos bancos em novas tecnologias geraram maior eficiência aos serviços bancários, garantindo maior variedade de serviços ofertados, com custos mais baixos e melhor qualidade para os clientes.

Para aprimorar o atendimento bancário, os bancos investem cerca de R\$ 3 bilhões anualmente em novas tecnologias e disponibilizam o que há de mais moderno no mundo em serviços de auto-atendimento: por telefone, caixas automáticos, agências automatizadas e interligadas online real time e Internet. Os sistemas de débito automático e de débito programado estão sendo fortemente divulgados e seu uso estimulado, pois facilitam a vida dos clientes e reduzem substancialmente as filas nas agências. (GALLETTI, 2008, p.).

4.2 CANAIS ALTERNATIVOS E NOVOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS BANCOS APÓS A AUTOMAÇÃO

Diante desse novo cenário de investimentos em automação, os bancos tiveram que criar novos serviços para atender as necessidades de seus clientes, com isso canais alternativos foram criados para que o cliente pudesse efetuar suas transações financeiras sem que necessitasse se deslocar até uma agência.

Com a criação do Telebanco, os clientes tiveram a oportunidade de obter informações atuais sobre o saldo de suas contas correntes, contas poupança, aplicações, financiamentos, realizar vários tipos de pagamentos, investimentos, entre outros. Esse sistema funciona através de uma ligação telefônica, na qual o cliente segue as orientações de uma voz eletrônica que vai direcioná-lo para obter a informação desejada. Se necessário o cliente é direcionado ao *Call Center*, para sanar possíveis dúvidas falando com um atendente. Esse serviço conta com um

rígido sistema de sigilo bancário, para que o cliente tenha total preservação e segurança de suas informações.

Através do Telefax, os clientes podem obter informações via fax sobre extratos de sua conta corrente, extratos de aplicações, movimentações e saldo e também solicitar a 2ª via da fatura de cartão de crédito para recebimento por fax.

Os Terminais de Auto-Atendimento localizados no interior das agências proporcionam o acesso às informações sobre saldo e extratos de conta corrente e conta poupança.

Os Caixas automáticos oferecem a possibilidade dos clientes realizarem transferências entre contas correntes, entre contas poupanças, DOCs ou TEDs para contas correntes de titularidades e bancos diferentes, aplicações financeiras, saques em dinheiro, retirada de talões de cheques, pagamento de contas, empréstimos pré-aprovados, entre outros serviços que variam de banco para banco.

O Drive In é um Caixa automático especial que fica na parte de fora da agência e o acesso a ele é de carro. Esse serviço permite realizar as mesmas operações do caixa automático tradicional, porém sem que o cliente necessite sair de dentro do carro.

A Rede Fácil é um sistema que disponibiliza acesso a grupo de comerciantes (supermercados, postos de gasolina, lojas) conveniados que permitem que seus clientes façam o pagamento das suas compras com o cartão de débito bancário de diversos bancos desde que conveniados a Rede Fácil. O débito é automaticamente feito na conta corrente do cliente e o crédito é transferido para os estabelecimentos conveniados.

O Banco 24 Horas é composto de caixas automáticos com rede compartilhada entre diversos bancos, eles geralmente são instalados em locais bem movimentados, como: rodoviárias, aeroportos, shoppings centers, supermercados, postos de gasolina, etc. Nesses caixas, os clientes dos bancos conveniados podem efetuar saques, verificar saldos e realizar transferências de valores.

O Internet *Banking* é a Interligação entre o computador do cliente com os computadores do banco. Permite ao cliente realizar transações através de um computador que esteja interligado à rede de internet. Por este meio, o cliente consegue fazer movimentações em Conta Corrente, Conta Poupança, aplicações em Fundos de Investimentos, pagamentos de Títulos Bancários, DOCs, TEDs.

Transferências entre contas, Empréstimos Pré-aprovados, Cotações de Seguros, Operações com Ações, ou seja praticamente tudo o que o banco oferece.

O Celular/Palm Top oferece serviços enviados pelo banco diretamente para o Celular/Palm Top do cliente, tais como: índices econômicos, saldo bancário, etc.

Correspondente Bancário: trata-se de um canal de atendimento que consiste na utilização de terminais instalados em unidades comerciais de varejo como postos de atendimento bancário, com o objetivo de atender as pessoas que não têm acesso aos bancos ou também para desobstruir as agências, agilizando os serviços.

Segundo GALLETTI (2008) uma outra forma de reduzir as filas nas agências bancárias seriam os clientes programarem os vencimentos das suas contas sempre para o mesmo dia do mês, dessa forma, os pagamentos seriam efetuados de uma só vez sem a necessidade de voltar na agência com tanta frequência, diminuindo assim as filas.

O Débito Automático das contas pode ser outra alternativa para o cliente. Assim na data de vencimento não haveria a necessidade de dirigir-se à uma agência para efetuar esses pagamentos, pois o débito ocorreria automaticamente na conta corrente do cliente, gerando uma maior comodidade.

4.3 AS VANTAGENS DA AUTOMAÇÃO BANCÁRIA PARA OS CLIENTES

A automação ocorrida nos bancos proporcionou facilidades e comodidades aos clientes.

“No entanto, os efeitos da mudança de uma infra-estrutura financeira da era industrial para a nova versão digital e instantânea, quase global, ainda não são completamente compreendidos - seja pelos usuários, seja pelos consumidores, e menos ainda pelos “fazedores” de política e pelo público em geral”. (TOFFLER, 2007, p. 362).

Nesse sentido, os bancos precisam promover treinamentos adequados para os funcionários e procurar a melhor forma de preparar seus clientes para a utilização das novas tecnologias que estão sendo implantadas, pois, caso contrário, o objetivo principal desta automação que é a redução de custos e a facilidade para os clientes não será alcançado.

Deve-se atentar principalmente ao público de idosos que são os mais resistentes a qualquer processo de automatização devido à dificuldade que têm de se adaptar às novas tecnologias.

Devido a expansão das redes de atendimento através de: agências, caixas eletrônicos, Internet *Banking* e até mesmo através dos convênios com Lotéricas, Correios, Farmácias e Supermercados foi possível reduzir as filas nas agências, bem como, ampliar a quantidade dos serviços prestados, objetivando o conforto e maior facilidade aos clientes.

O investimento no aumento dos Postos de PABs (Postos de Atendimento Bancário) e postos eletrônicos dentro das grandes empresas também visa oferecer maior comodidade e segurança aos clientes, conforme mostra a tabela abaixo, que destaca o aumento dessas dependências em 19% no número de Postos Eletrônicos e 7% no número de postos tradicionais, em comparação entre os anos de 2005 e 2006 :

TABELA 3: EXPANSÃO DA REDE DE ATENDIMENTO – 2001- 2006

	2006	2005	2004	2003	2002	2001	Var. % 06/05
Número de Agências	18.087	17.515	17.260	16.829	17.049	16.841	3,3
Postos tradicionais (1)	10.220	9.527	9.837	10.045	10.140	10.241	7,3
Postos eletrônicos	32.776	27.405	25.595	24.367	22.428	16.748	19,6
Correspondentes (2)	73.031	69.546	46.035	36.474	32.511	18.653	n.d
Total de dependências	134.114	123.993	98.727	87.715	82.128	62.483	n.d

FONTE: FEBRABAN, 2007 Bancarização

NOTAS: (1) Incluem postos avançados de atendimento (PAA), postos de atendimento bancário (PABs), posto de atendimento cooperativo (PAC), postos de atendimento ao microcrédito (PAM), postos avançados de crédito rural (Pacre), de Arrecadação e Pagamentos (PAP), de compra de ouro (PCO) e Unidades Administrativas.

(2) De 2001 a 2004 fonte Bacen; de 2005 a 2006 fonte Febraban.

Os serviços bancários oferecidos pelos diversos canais de atendimento dão destaque aos correspondentes bancários, que cresceram muito nos últimos anos e, com isso, proporcionaram acessibilidade de serviços em regiões distantes das grandes capitais urbanas. (FEBRABAN, 2007).

Dessa forma, com o aumento da quantidade de agências e postos de atendimentos, entre outros já citados, os clientes podem contar com diversos serviços oferecidos pelos bancos e uma maior agilidade no atendimento, pois quanto

mais agências e outros canais de atendimento existirem, menores serão as filas. Também podem contar com a facilidade gerada pelos auto-atendimentos, através dos quais os clientes se tornaram mais independentes na realização de muitas transações bancárias, não havendo a necessidade de um funcionário para realizá-las.

O aumento da quantidade de transações efetuadas nos terminais de auto-atendimento tem o objetivo de diminuir as filas nas agências bancárias e proporcionar maior conforto e agilidade dos serviços prestados para os clientes e reduzir os custos. A tabela abaixo mostra que os objetivos estão sendo alcançados, pois o número de transações efetuadas através dos terminais de auto-atendimento e Internet *banking* tem crescido significativamente.

TABELA 4. EVOLUÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR ORIGEM – 2004-2006

Origem das transações (em milhões)	2006	2005	2004	Var. % 06/05
Automáticas externas (1)	1.479	1.412	667	4,71%
Automáticas internas (2)	7.516	8.639	7.514	-13,00%
Auto-atendimento (3)	11.901	10.790	9.891	10,29%
Home e Office Banking PJ (4)	2.885	2.682	1.862	7,56%
Internet Banking PF (5)	3.278	3.167	2.045	3,50%
Call Center (Unidade de resposta audível)	801	1.014	850	-21,05%
Call Center com intervenção de atendente	393	348	301	13,04%
Transações em caixas de agências	3.799	3.719	3.609	2,14%
Número de cheques compensados	1.709	1.940	2.107	-11,91%
POS - ponto-de-venda no comércio (6)	1.492	1.116	1.002	33,68%
Correspondentes (7)	1.429	296	187	382,90%
Total	36.680	35.123	30.035	4,43%

FONTE: FEBRABAN, 2007 Transações bancárias e automação.

NOTAS: (1) Débitos automáticos, crédito de salário, etc.

(2) Tarifas, taxas, IOF, CPMF.

(3) Saque, depósito, consultas, emissão de cheques, etc.

(4) Transferências de arquivos, consultas, pagamentos, investimentos, etc.

(5) Consultas, transferências, pagamentos, investimentos, empréstimos, etc.

(6) Pagamentos em lojas, supermercados, postos de gasolina, etc.

(7) Estabelecimentos comerciais, correios, casas lotéricas, etc.

O maior destaque é para o Correspondente bancário que teve um aumento na sua utilização de 382,90% entre os anos de 2005 e 2006, em compensação o número de cheques compensados teve uma queda de 11,91% e as transações efetuadas em Automáticas Internas também tiveram queda de 13% durante o mesmo período. Isso demonstra que as pessoas estão realmente aderindo às novas tecnologias do sistema bancário.

A partir dessas inovações tecnológicas, o auto-atendimento consegue superar o atendimento das agências em quantidade de saques e de depósitos em conta corrente ou poupança. Com isso, os bancos estão conseguindo reduzir as filas nas agências, pois devido ao horário do auto-atendimento ser superior ao horário das agências e possuir ATMs cada vez mais sofisticadas e de fácil operação, dão total segurança para que os clientes efetuem suas transações. (FEBRABAN, 2002).

Por esse motivo, muitos bancos estão conseguindo aumentar sua área de negócios e reduzir o espaço que antes era destinado aos caixas. Os gerentes estão deixando de ser meros ajudantes e se tornando grandes consultores financeiros, pois, com mais tempo disponível devido à automatização das agências, eles conseguem manter um melhor relacionamento com seus clientes e analisar o perfil de cada um para melhor oferecer os diversos produtos comercializados pelos bancos.

Através dos investimentos aplicados na automação, os bancos brasileiros tornaram-se mais modernos e mais dinâmicos, o que proporcionou um aumento significativo no número de transações efetuadas por meios eletrônicos, como o *Internet banking*.

Segundo a FEBRABAN (2005), ao final de 2004 o número de clientes que passaram a utilizar a Internet para realizar suas transações financeiras foi de 18 milhões, o que corresponde ao dobro de pessoas que utilizavam o serviço dois anos antes, pois devido as novas tecnologias implantadas, os clientes conseguem agendar e efetuar suas transações financeiras através da Internet e com isso não precisam perder tempo tendo que se deslocar até uma agência bancária ou postos de atendimento.

Na tabela abaixo, verifica-se que o número de contas correntes e contas poupança abertas no período de 2003 a 2004 aumentou apenas 3%. Em compensação o número de clientes que passaram a utilizar o *Internet banking*

aumentou 55%. Isso mostra, que a automação tem beneficiado muito os clientes, pois devido a facilidade que a Internet proporciona poupa-se tempo realizando pagamentos e outras operações financeiras de qualquer lugar do mundo, bastando um computador e uma conexão de Internet.

TABELA 5: EVOLUÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS UTILIZANDO A INTERNET – 2000 a 2004

	Período em milhões					Variação
	2000	2001	2002	2003	2004	2003/2004
Contas correntes (1)	55.8	63.2	66.7	71.5	73.9	3%
Clientes de poupança (2)	45.8	51.2	58.2	62.4	67.9	9%
Cartões de débito (inclusive múltiplos)	-	-	-		165.4	-
Clientes com Office Banking (P.J.)*	1.5	1.3	1.0	0.7	0.6	-14%
Clientes com internet banking *	8.3	8.8	9.2	11.7	18.1	55%
Clientes com internet banking (P.J.)	-	-	0.9	1.1	1.9	73%
Clientes com internet banking (P.F.)	-	-	8.3	10.6	16.2	53%

FONTE: FEBRABAN, 2005 Tecnologia

NOTAS: (1) Projeção Febraban

(2) Associação Brasileira das Entidades de Crédito imobiliário e Poupança (ABECIP)

Seguindo as novas tendências de proporcionar maior conforto e comodidade aos clientes e principalmente baratear os custos, todos os anos, os bancos analisam suas estratégias de acordo com o avanço da tecnologia, implementando novos sistemas, para que haja maior integração entre as instituições e os clientes. Mas tudo isso só é possível devido ao grande avanço tecnológico e o seu uso freqüente para automatizar cada vez mais o sistema bancário.

4.4 QUALIDADE DOS SERVIÇOS COMO FATOR DIFERENCIAL

Diante de tantas alterações na configuração do setor bancário brasileiro, os bancos precisaram rapidamente se movimentar e se expandir no sentido de sobreviver neste meio, que está cada dia mais concentrado e competitivo. E por isso, a busca por qualidade de serviços tem sido o diferencial para os clientes na escolha de um banco.

A entrada dos bancos internacionais no mercado brasileiro ocasionou uma revolução nos conceitos tradicionais de gestão bancária, sobretudo na forma de relacionamento com clientes e na questão dos serviços prestados, onde os bancos devem ter uma imagem institucional boa e uma ótima eficácia organizacional. Pois além de captarem o dinheiro de seus clientes para emprestá-lo a terceiros, os bancos prestam, simultaneamente, vendas de outros produtos e serviços tais como: Planos de Aposentadoria, Seguros de Automóvel, Saúde, Vida, Casa; Cheques de Viagem em Moeda Estrangeira, Ouro, Câmbio, Venda de Cartões, etc.

A venda de cartões de crédito se expandiu muito, pois é muito mais seguro andar com um cartão magnético do que com dinheiro em espécie. Os cartões múltiplos que são oferecidos por alguns bancos permitem ao cliente acessar os serviços bancários como também parcelar e melhor administrar suas transações, conforme informa a FEBRABAN (2002).

Com o grande número de transações que são efetuadas com cartões magnéticos pode-se verificar como a população tem aderido a essas novas Tecnologias, pois as transações efetuadas com cartões de crédito aumentaram em 2,33% conforme mostra a tabela abaixo:

TABELA 6: TRANSAÇÕES COM CARTÕES X CHEQUES – 2000 - 2001

	Em milhões		Variação
	2000	2001	01/00
Nº de cartões de crédito (1)	27,8	35,3	26.98%
Nº de cartões de débito (1)	108,0	119,0	10.18%
Nº de contas correntes (2)	55,8	63,2	13.26%
Nº de transações com cartões de crédito (1)	1.004,4	1.027,8	2.33%
Nº de cheques compensados (2)	2.637,5	2.600,3	-1.41%
	Em milhões		Variação
	2000	2001	01/00
Valor das transações com cartão de crédito (1)	50.400	62.898	24.80%

FONTE: FEBRABAN, 2002 Investimentos

NOTA: Os cartões de débito são contados por ambiente de utilização. Assim, um cartão válido para redes diferentes é contado mais de uma vez.

1. Administradoras de cartões

2. Febraban

Segundo a FEBRABAN (2002) o aumento do número de cartões de crédito foi de 26,98%, entre os anos de 2000 e 2001, valor que praticamente dobrou em relação ao número de novas contas correntes que foi de 13,26% no mesmo período, o que indica que os cartões de crédito estão se expandindo de forma rápida.

A satisfação dos clientes em relação aos cartões de crédito está nas facilidades, na praticidade e na segurança que proporcionam, e por serem fáceis de manusear. Os cartões são comercializados não apenas por bancos, mas também por diversas instituições financeiras de crédito, lojas, entre outros. Dessa forma, para que um banco consiga manter um cliente é necessário que o serviço prestado seja superior se comparado ao das outras empresas.

Assim como o número de cartões tem aumentando constantemente a cada ano, as transações efetuadas com cartões também, conforme mostra a tabela abaixo:

TABELA 7. TRANSAÇÕES EFETUADAS COM CARTÕES DE CRÉDITO – 2001 - 2006

	2006	2005	2004	2003	2002	2001	Var.(%)06/05
Cartões de crédito (milhões)	79,0	68,0	53,0	45,0	42,0	38,0	14,7
Transações com cartões de crédito (milhões)	2.009	1.678	1.369	1.100	1.000	800	19,1
Valor total das transações (R\$ bilhões)	150,1	123,0	101,3	88,0	73,0	63,6	22,0

FONTE: ABECS, 2007 Bancarização

NOTA: Dados de 2001 a 2005 foram revisados.

Conforme dados da FEBRABAN (2007), comparando os anos de 2005 e 2006 verifica-se que a quantidade de cartões de crédito comercializados aumentou em 14,7% e o número de transações efetuadas com cartões de crédito cresceu em 19,1%, o que demonstra que o setor está evoluindo, e que os clientes estão aderindo às novas tecnologias de Informação.

Estruturas ágeis, informações em tempo real e a satisfação dos clientes passam a ser fatores muito importantes que devem ser considerados pelos bancos. Conhecer o cliente, as suas necessidades e suas expectativas são aspectos fundamentais, mas o fator qualidade será sempre o principal diferencial entre os diversos bancos atuantes no mercado.

A qualidade é o fator preponderante na captação e retenção de clientes, e também um fator imprescindível para a sobrevivência dos bancos diante de tanta competitividade, pois o cliente é a peça fundamental em um banco.

Os bancos de grande porte tornam-se os mais favorecidos no atual contexto nacional, visto que, pelas suas dimensões têm mais condições e recursos para diversificar e melhor diferenciar os produtos oferecidos e os serviços prestados através de grandes investimentos em automação, além de outros investimentos em programas de qualidade tendo sempre como foco o melhor atendimento e conseqüente satisfação dos clientes.

4.5 O CUSTO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS

Diante desse novo contexto de redução de custos, agilidade e rapidez na transmissão das informações, o setor bancário procura demonstrar a diferenciação tarifária dos serviços prestados. Na tabela abaixo é possível observar essa variação de custos das transações bancárias para os bancos:

TABELA 8: CUSTO DE OPERAÇÕES BANCÁRIAS NO BRASIL EM 1998

TIPO DE TRANSAÇÃO	US\$
Na Agência	1,07
Por telefone	0,54
Em caixa eletrônico	0,27
Via Home Banking	0,15
Via Internet	0,10

FONTE: GAZETA MERCANTIL, CITADO POR JUNIOR (p.21).

NOTA:³

Através desses dados verifica-se que o custo para o banco de uma transação efetuada no interior da agência é de US\$ 1,07 praticamente o dobro de uma

³ Tabela extraída de: JUNIOR, D.C.P. da Desemprego no setor bancário decorrente da reestruturação financeira ocorrida a partir da segunda metade da década de 80. Curitiba, 2004. 47 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas)- Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

operação efetuada por telefone que é de US\$ 0,54 e dentre todos esses meios, a transação efetuada via Internet é a mais barata, apenas US\$ 0,10.

Diante disso os bancos procuram conscientizar os clientes a realizarem as transações financeiras através dos canais alternativos e não dentro das agências com ajuda de funcionários. Pois sendo efetuadas por outros meios, essas transações são processadas pelo próprio cliente, gerando para os bancos apenas o custo da implantação e manutenção dos equipamentos e das novas tecnologias.

Segundo MARCIANO (2007), para fazer um pagamento eletrônico, o brasileiro paga aproximadamente R\$ 1,46, e se o pagamento for através de cheque vai custar R\$ 3,11, conforme dados do Banco Central. Dessa forma, se as transações fossem efetuadas somente por meios eletrônicos o país teria uma economia significativa em relação ao PIB do país.

Segundo a FEBRABAN (2008), os serviços bancários foram divididos em: essenciais, prioritários, especiais e diferenciados, sendo que através dessa diferenciação dos tipos de serviços fica mais fácil para os clientes compararem e compreenderem as tarifas bancárias.

Os serviços essenciais não permitem a cobrança de tarifas, já os serviços considerados prioritários que não admitem cobrança conforme a Resolução 3.518 de 06/12/07 do Banco Central são os seguintes: Fornecimento de cartão de débito, fornecimento de 2ª via de cartão de débito, fornecimento de 10 folhas de cheque por mês, realização de até 4 saques por mês, fornecimento de até 2 extratos por mês, consultas via Internet ilimitadas, realização de duas transferências entre contas na mesma instituição por mês, compensação de cheques ilimitada, fornecimento de um extrato anual de tarifas. FEBRABAN (2008),

Os pacotes de serviços foram criados para que os clientes pudessem comparar as tarifas entre os diversos bancos. Por exemplo: um pacote básico para pessoa física contendo os seguintes serviços: Confecção de cadastro para início de relacionamento; Renovação de cadastro (2 vezes por ano); Saque (8 por mês); Extrato mensal (4 por mês); extrato do mês imediatamente anterior (2 por mês) e Transferência entre contas na própria instituição (4 por mês) pode custar desde R\$ 8,00 até R\$ 27,00 conforme informa (FEBRABAN-STAR, 2008).

Devido a essas cobranças de tarifas que o sistema bancário brasileiro tem se tornado o setor que mais investe em TI, gerando benefícios para toda a população.

Segundo a revista britânica *The Economist* citado pela Cartilha-Star da FEBRABAN (2008, p. 18),” quando o mundo parte para o fim da era do dinheiro, com o advento da moeda virtual, a evolução tecnológica dos meios de pagamentos é imperiosa. Com ela, a prestação de serviços bancários por meio eletrônico ganhará ainda mais, em quantidade, em qualidade e em diversidade. O que para a sociedade se traduz em eficiência, segurança e comodidade.”

Diante desse cenário, em relação aos altos custos e a possibilidade de reestruturação produtiva, muitos bancos têm optado por terceirizar alguns serviços bancários.

O Tele-Atendimento atualmente é efetuado por funcionários terceirizados e não mais por bancários como era antigamente, e devido as muitas reclamações, os bancos estão implementando novos sistemas onde o cliente poderá falar diretamente com um atendente sem ter que perder tempo com as intermináveis gravações da Ura (unidade de resposta audível).

O serviço de abastecimento dos Caixas Automáticos fora das agências é efetuado por empresas terceirizadas como a Tecban, a qual é responsável pela manutenção e limpeza dos caixas, bem como o abastecimento de notas inclusive fora do horário bancário. A Compensação de Cheques e serviços de Tesouraria também foram terceirizados, não sendo mais efetuada nas agências, entre outros serviços.

O principal objetivo dessas terceirizações de serviços é a redução de custos, e também proporcionar o melhor atendimento aos clientes, entretanto isso só foi possível devido a automação.

A maior parte das atividades manuais foram informatizadas e automatizadas para que as operações bancárias ocorressem dentro de critérios eficientes de controle, atualização e de rapidez.

4.6 O ATENDIMENTO DOS BANCOS E A LEGISLAÇÃO A SERVIÇO DOS CLIENTES

Devido às necessidades do mercado, os bancos têm buscado atingir a satisfação dos clientes, seja através dos serviços prestados ou através da implantação de melhorias no atendimento.

Os bancos possuem diversos canais de atendimento aos clientes com o objetivo de prestar informações, tirar dúvidas e até mesmo receber e dar tratamento quando o cliente efetua uma reclamação devido a um problema não solucionado. Através desse atendimento especializado é possível resolver o problema do cliente com o objetivo de evitar que essa reclamação chegue a órgãos superiores como o Banco Central ou o PROCON.

Conforme GALLETTI (2008), os bancos estão entre as empresas brasileiras com o menor índice de reclamações quando analisadas em relação ao número de clientes que os bancos possuem comparados ao volume de serviços prestados. Se comparar a quantidade de serviços prestados pelos bancos todos os dias, a quantidade de reclamações que chegam ao Banco Central pode ser considerada relativamente baixa, se analisado proporcionalmente.

Segundo a FEBRABAN (2002), a legislação que rege as relações entre bancos e clientes é atualizada com frequência pelo Conselho Monetário Nacional (CMN). Dessa forma, o sistema de atendimento aos clientes utilizado pelo Banco Central tem que respeitar prazos e certos índices de qualidade, os quais recebem uma determinada classificação. Isso faz com que os bancos priorizem esse atendimento, pois se não houvesse um padrão de qualidade elevado, alguns bancos não conseguiriam sobreviver diante de tanta concorrência.

Conforme dados do Banco Central divulgados pela FEBRABAN (2002), as reclamações no Banco Central caíram cerca de 43% nos anos de 2000 e 2001. Isso indica que os bancos estão realmente preocupados em satisfazer seus clientes e implantando um atendimento mais personalizado de forma a evitar reclamações.

Analisando dados mais recentes de uma pesquisa entre diversos bancos sobre um dos principais canais de comunicação entre os clientes e os bancos: o Sac (Serviço de Atendimento ao Cliente), foi verificado que o percentual de reclamações em relação ao número de ligações atendidas por esse setor é de 1,1%.

Segundo a FEBRABAN (2007) o tempo de espera até que a ligação seja atendida é de aproximadamente 31 segundos. Ressalta-se que 216 soluções foram acatadas por causa da interferência do *ombudsman*⁴ ou dos serviços, conforme indica a tabela abaixo:

⁴ Ombudsman : é um profissional contratado por um órgão, instituição ou empresa que tem a função de receber críticas, sugestões, reclamações e deve agir em defesa imparcial da comunidade de usuários.

TABELA 9: SERVIÇOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE – 2003 - 2006

	2006	2005	2004	2003
Total de ligações atendidas pelo SAC	212.247.054	67.144.747	51.146.418	31.800.219
Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC	1.1%	2.2%	2.1%	2.9%
Tempo médio de espera no telefone até o início do atendimento (em segundos)	31	56	31	180
Quantidade de inovações adotadas em razão da interferência do ombudsman e/ ou do serviço de atendimento a consumidores/ clientes	216	278	110	185

FONTE: FEBRABAN, 2007 Serviços de atendimento ao cliente

NOTA: Número de bancos participantes: 19, 17, 14 e 13 (2006); 28,23 e 13 (2005); 14, 16, 11 e 8 (2004); 17, 18, 14 e 5 (2003).

Além do SAC, PROCON e Ouvidoria, os clientes também podem contar com a Lei nº 8078 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) que está a seu favor, e os bancos têm demonstrado um grande apoio em termos do que essa lei representa em relação ao respeito e proteção dos clientes conforme informa a (FEBRABAN, 2002).

Segundo ANDREZO (1999) de acordo com o CDC, o consumidor é toda pessoa, seja ela física ou jurídica, que obtém ou faz uso de um produto ou de algum serviço. O fornecedor desenvolve atividades com o objetivo de produzir, distribuir ou comercializar alguns produtos ou serviços. Produto é qualquer bem independente da sua forma, já o serviço é oferecido ao mercado consumidor e deve ser remunerado, podendo ser de natureza bancária, do setor financeiro, do mercado de crédito ou de seguros. Porém, para algumas pessoas esse conceito se aplicaria somente ao mercado consumidor vinculado a venda de produtos.

“A principal novidade do Código de Defesa do Consumidor reside no fato de que a legislação deixou de ser centrada no contrato, como se verifica no Código Civil, e passou a se voltar para a pessoa do consumidor, não no sentido de privilegiá-lo, mas sim, no sentido de restabelecer a igualdade, sempre que as partes não estiverem em condições isonômicas de negociação”.(ANDREZO, 1999, p. 215).

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor conseguiu dar uma maior segurança e proteção para os clientes dos bancos que muitas vezes são surpreendidos pelos abusos das instituições financeiras.

A satisfação do cliente é a principal jogada de marketing utilizada pelos bancos, pois um cliente satisfeito se manterá no banco, é um potencial consumidor de novos serviços e, ainda, trará novos clientes. Porém um cliente insatisfeito deixará de ser cliente e ainda poderá levar outros clientes insatisfeitos consigo devido aos comentários negativos que fará. Diante disso, os bancos estão aperfeiçoando suas técnicas de atendimento e customizando os serviços já existentes e criando novos serviços através de novas tecnologias.

4.7 A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E OS CRIMES ELETRÔNICOS

Constantemente a imprensa está divulgando que as fraudes bancárias e eletrônicas estão crescendo no Brasil, e por esse motivo os bancos tem investido pesado em tecnologias, através de novos softwares e mecanismos que garantam a segurança dos clientes.

Em 13 de junho de 2000, por meio do decreto 3.505, foi instituída a Política de Segurança da informação, que tem como objetivo a proteção dos sistemas de informação contra a negação de serviços a usuários não autorizados, assim como a intrusão e a modificação desautorizada de dados ou informações, armazenados, em processamento ou em trânsito, abrangendo, inclusive, a segurança dos recursos humanos, da documentação e do material, das áreas e instalações das comunicações e computacional, assim como as destinadas a prevenir, detectar, deter e documentar eventuais ameaças a seu desenvolvimento. (BACEN 2005, p. 125).

Esse decreto tem sido muito utilizado através das transações efetuadas com cartões que necessitam de assinatura digital, isto é, necessitam de senhas pessoais para que as transações sejam autorizadas. Pois o prejuízo dos bancos através do uso de “chupacabras”, mecanismo utilizado para clonar cartões, é muito grande, bem como através de invasão de contas, roubos de dados e informações.

Negroponte já havia alertado sobre o fato de mesmo com tanta tecnologia de inovação ainda assim os bancos passam por problemas como a pirataria, invasões de privacidade e roubo de informações.

Segundo JÚNIOR (2005) as fraudes bancárias fazem com que o Brasil esteja em 3º lugar, perdendo apenas para os Estado Unidos e para o Reino Unido, pois foi verificado através de uma pesquisa que 9% dos brasileiros já passaram pela

situação de terem sido fraudados seja via internet, nos Caixas Automáticos ou através da clonagem de cartões, onde os ladrões roubaram os dados dos clientes e usaram para efetuar saques, pagamentos e transferências entre contas.

Assim alguns bancos têm utilizado sistemas de monitoramento das transações, que ao detectar situações anormais acionam as suas áreas de fraude, que entram em contato com os clientes para confirmar a veracidade da transação. Através desse sistema de confirmação muitas fraudes podem ser evitadas.

Segundo o Sindbancários (2007), os assaltos a bancos estão em queda no país, pois as grandes quadrilhas estão migrando para o crime virtual. Este fato também é influenciado pelos modernos equipamentos de segurança implantados nas agências em conjunto com a segurança pública.

Os crimes virtuais estão se expandindo devido ao fato de serem altamente rentáveis e não terem grande impacto perante a justiça, pois a pena para esses crimes é de no máximo 5 anos. Dessa forma é necessário que a justiça reveja suas penas para que criminosos dessa estirpe não continuem impunes, bem como ocorre a necessidade dos bancos investirem ainda mais em novas tecnologias capazes de inibir a ação desses bandidos.

5. NOVAS TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS PARA O SETOR BANCÁRIO

5.1 AS NOVAS TECNOLOGIAS QUE ESTÃO SENDO IMPLANTADAS E OUTRAS QUE AINDA SERÃO, PARA MELHORAR AINDA MAIS OS SERVIÇOS BANCÁRIOS PARA OS CLIENTES

O setor bancário tem ampliado sua gama de produtos e serviços, pois com a concorrência acirrada entre os bancos para conquistar novos clientes e manter os que já possuem, o diferencial é a arma do negócio. Dessa forma o setor tem investido pesado em novas tecnologias, produtos mais modernos e serviços mais eficientes visando o bem estar dos clientes e principalmente a redução nos custos.

Os investimentos em cartões multifuncionais têm grande destaque para o setor bancário.

Existem ainda algumas tecnologias mais recentes que tornam os próprios cartões obsoletos. Na Coréia do Sul, os telefone celulares já são equivalentes a carteiras eletrônicas. Esses aparelhos contêm um chip fornecido por um banco que participa da experiência, o que lhes permite debitar os pagamentos diretamente em sua conta bancária. Atualmente, eles são utilizados em lojas de roupas sofisticadas, restaurantes, máquinas de venda e estações de trem, entre outros locais. (TOFFLER 2007, p.368).

Algumas dessas novas tecnologias já estão sendo utilizadas pelos bancos para facilitar ainda mais a vida dos clientes tais como: a Identificação Biométrica, que é usada para a identificação de pessoas através da face, íris e impressão digital, está sendo cada vez mais utilizada pelos bancos devido ao alto índice de segurança que ela proporciona; a assinatura digital é análoga à assinatura física em papel, sendo uma prova inegável de que uma mensagem veio do emissor; O *Business Intelligence* é um processo que consolida e analisa dados visando obter informações que possibilitem o ganho de vantagem competitiva; o *Voice Over Ip* é uma tecnologia para realização de chamadas telefônicas convencionais através de conexões via pacotes IP pela internet, também chamada de telefonia IP; os Smart Cards conhecidos como cartões inteligentes, possuem circuitos integrados e chips de memória que permitem a realização de diversas transações, bem mais avançados do que os cartões de tarja magnética.

Segue tabela que demonstra a utilização ou não de algumas dessas “novas tecnologias”:

TABELA 10: NOVAS TECNOLOGIAS PARA O SETOR BANCÁRIO 2002-2004

	Ano	Não avaliou	Já adota	Está avaliando	Decidiu não adotar	Vai adotar
CRM	2002	24%	22%	47%	7%	0%
	2003	25%	34%	41%	0%	0%
	2004	15%	45%	15%	10%	15%
Business Inteligence	2002	8%	45%	40%	0%	7%
	2003	4%	64%	27%	0%	5%
	2004	11%	74%	11%	5%	0%
Voice Over IP	2002	29%	12%	59%	0%	0%
	2003	10%	45%	36%	0%	9%
	2004	10%	55%	20%	5%	10%
Mobile Banking	2002	37%	18%	37%	0%	8%
	2003	18%	36%	36%	10%	0%
	2004	30%	40%	15%	0%	15%
Smart Cards	2002	22%	17%	38%	15%	8%
	2003	18%	32%	32%	9%	9%
	2004	29%	43%	19%	0%	10%
Reconhecimento de Voz	2002	60%	1%	38%	1%	0%
	2003	64%	9%	27%	0%	0%
	2004	45%	10%	45%	0%	0%
Identificação Biométrica	2003	40%	23%	32%	5%	0%
	2004	30%	30%	35%	0%	5%
Assinatura Digital	2003	14%	41%	36%	0%	9%
	2004	5%	48%	24%	0%	24%
Certificação Digital de documentos	2003	5%	50%	27%	0%	18%
	2004	0%	71%	5%	0%	24%
Digitalização de documentos	2003	4%	82%	5%	0%	9%
	2004	0%	75%	15%	0%	10%

FONTE: FEBRABAN

NOTAS: Dados trabalhados pelo autor

CRM - *Customer Reiationship Management*

Business Inteligence - tratamento de informações para solução de negócios.

Voice Over IP - uso do *Internet Protocol* para transmissão de voz.

Mobile Banking - banco móvel com PDA *Personal Digital Assistant*.

Smart Cards - cartões inteligentes

Segundo a FEBRABAN (2005), novas tecnologias estão surgindo para o setor bancário, as quais já estão sendo utilizadas por alguns bancos, sendo que outros ainda irão adotá-las em breve, como por exemplo: a Certificação Digital (71%), a Digitalização de Documentos (75%), *Business Intelligence* (74%), Assinatura Digital (48%), Protocolo *Voice Over IP* para transmissão de voz (55%). Essas porcentagens referem-se a tecnologias já adotadas.

Muitos bancos estão utilizando também novas tecnologias de CRM (*Customer Relationship Management*), ou seja, gestão de relacionamento para com os clientes. Trata-se de um sistema de gestão que oferece ao mesmo tempo conceito e operacionalidade com foco exclusivo no relacionamento com o cliente.

As novas tecnologias estão ficando cada vez mais modernas. No Japão, uma empresa de cartões de crédito está implantando um sistema para identificação do cliente através de vasos sanguíneos contidos no dedo. Algumas administradoras de cartão já estão estudando novos métodos como Escaneamento de Refina, reconhecimento de voz, entre outros. (TOFFLER, 2007).

Diante dessas novas tecnologias o sistema bancário tem conseguido atingir seus objetivos e, com isso, ganham os bancos que têm seus custos reduzidos e ganham os clientes que têm essas facilidades a sua disposição praticamente 24 horas por dia, em qualquer lugar do mundo.

6. CONCLUSÃO

As diversas mudanças ocorridas na economia brasileira, entre elas a implementação do Plano Cruzado que proporcionou estabilidade nos preços e a desindexação da economia na década de 1980, e mais recentemente na década de 1990 o Plano Real que conseguiu reduzir a inflação e estabilizar a economia do país, fizeram com que os bancos partissem para um processo contínuo de reestruturação das suas operações, pois os ganhos exorbitantes devido a inflação elevada haviam chegado ao fim.

O surgimento de novos bancos no mercado através de fusões e incorporações gerou uma maior concorrência interbancária e com isso, a necessidade de novos serviços e principalmente a necessidade de alta qualidade dos serviços prestados por esses bancos fizeram com que eles se reestruturassem para conseguir enfrentar a concorrência do mercado.

Diante desse contexto a automação bancária surgiu com o objetivo de reduzir custos e gerar maior satisfação aos clientes.

Investimentos em novas tecnologias, otimização de processos, eficiência, criação de novos serviços foram estratégias adotadas pelos bancos para reduzir os custos e melhor encantar seus clientes.

Com essa reestruturação o cliente foi o principal beneficiado que passou a ter novas ferramentas para realizar suas transações bancárias de forma rápida e segura. Através do auto-atendimento, Internet *banking*, telefonia móvel e fixa os clientes passaram a realizar suas operações financeiras com maior comodidade, deixando de passar pelo stress das filas no interior das agências que, por sinal, diminuíram consideravelmente com o processo de automatização.

Um grande destaque dessa automatização foi para o correspondente bancário, esse canal de atendimento consiste na utilização de terminais instalados em unidades comerciais de varejo como postos de atendimento bancário, com o objetivo de atender as pessoas que não têm acesso aos bancos ou também para desobstruir as agências, agilizando os serviços.

Analisando dados de 2005 e 2006 verifica-se que o aumento na utilização desse serviço foi de 382,90%, em compensação, o número de transações realizadas em caixas automáticas externas teve uma queda de 13% durante o mesmo período,

isso demonstra que as pessoas estão realmente aderindo as novas tecnologias do sistema bancário.

Diante dessas inovações, o sistema financeiro brasileiro ganhou mais confiança e credibilidade pois com a reestruturação bancária reduziram-se os riscos sistêmicos, o mercado financeiro se estabilizou aumentando a confiança dos grandes investidores e os custos reduziram muito.

Uma grande conquista no campo da legislação bancária para os clientes foi a criação do Código de Defesa do Consumidor, que deixou as pessoas mais cientes e amparadas em relação aos seus direitos e com isso passaram a cobrar dos bancos melhores serviços e melhor qualidade do atendimento.

Diante disso, os bancos têm focado suas ações de melhorias para que os serviços e os atendimentos prestados sejam de boa qualidade, pois dessa forma diminuem as reclamações e estes conseguem satisfazer e manter seus clientes.

Novas tecnologias de serviços ainda estão em fase de pesquisa ou sendo implementados no sistema bancário. Esses serviços, provavelmente, irão melhorar ainda mais a vida dos clientes, o que torna essa temática: novas tecnologias de serviço, um assunto convidativo para futuras pesquisas, para ser discutido em um próximo trabalho.

REFERÊNCIAS

ANDREZO, A. F. **Mercado Financeiro: aspectos históricos e conceituais.** / Andréa Fernandes Andrezo, Ivan Siqueira Lima. São Paulo: Pioneira, 1999.

BACEN, Banco Central do Brasil. **Diagnósticos do Sistema de Pagamentos de Varejo do Brasil**, 1ª edição, maio/ 2005. Disponível em:

<<http://www.bcb.gov.br/htms/spb/Diagnostico%20do%20Sistema%20de%20Pagamentos%20de%20Varejo%20no%20Brasil.pdf>> Acesso em 01 set. 2008.

BACEN, Banco Central do Brasil. **O Banco Central e os dois anos do Real.** Brasília, 1996. (impressão Banco Central do Brasil, Delegacia Regional em Brasília, Divisão de Suprimentos).

FEBRABAN, **Atendimento e serviços.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/atendimento_2002.asp>

Acesso em 15 mar. 2008.

FEBRABAN, **Bancarização.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/2007/item02.asp>

Acesso em 25 set. 2008.

FEBRABAN, **Investimentos.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/Investimentos_2002.asp

> Acesso em 15 mar. 2008

FEBRABAN, **Legislação específica protege clientes bancários.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dicasclientes/dicas12.asp> Acesso em

31 ago. 2008

FEBRABAN, **O setor bancário em números.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Acervo1.asp?id_texto=214&id_pagina=85&palavra=terceirização>

Acesso em 12 out. 2008.

FEBRABAN, **Serviços de atendimento ao cliente.** Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/2007/item07.asp?id_assunto=192&id_pasta=0&tipo=>

Acesso em 26 set. 2008.

FEBRABAN-STAR, **Sistema de Divulgação de tarifas de serviços financeiros da Febraban.** Disponível em: <<http://www.febraban-star.org.br/>> Acesso em 05 out. 2008.

FEBRABAN, **Tarifas Bancárias**, uma luz para o Debate/ um novo cenário 2ª edição, set. 2008. Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/p5a_52gt34++5cv8_4466+ff145afbb52ffrtg33fe36455li5411pp+e/sitefebraban/Cartilha_Star.pdf> Acesso em 05 out.2008

FEBRABAN, **Tecnologia**. Disponível em:

<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/tecnologia_2005_dados_setor.asp> Acesso em 23 jul.2008

FEBRABAN, **Transações bancárias e automação**. Disponível em:

<<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/2007/item02.asp>>

Acesso em 20 ago. 2008.

FIANI, R. Teoria dos custos de transação, em **Economia Industrial** : fundamentos teóricos e práticos no Brasil, organizadores: David Kupfer & Lia Hasenclever. Rio de Janeiro : Campus, 2002. (p. 267-295).

FORTUNA, E. **Mercado Financeiro – Produtos e Serviços**. 16ª edição. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2005.

GALLETTI, A. A. **O bom atendimento dos bancos**. Disponível em:

<<http://www.febraban.com.br/Arquivo/Servicos/Imprensa/posicao16.asp>> Acesso em 05 set. 2008.

GATES, B. **A empresa na velocidade do pensamento**: com um sistema nervoso digital; tradução Pedro Maia Soares, Gabriel Tranjan Neto. São Paulo: Companhia das letras, 1999.

JÚNIOR, A. S. **Brasil já é o terceiro país em fraudes bancárias**. Valor Econômico, 23/11/2005. Disponível em:

<<http://br.monografias.com/trabalhos2/fraudes-bancarias/fraudes-bancarias2.shtml>>

Acesso em 05 out. 2008.

JUNIOR, D. C. P. **Desemprego no setor bancário decorrente da reestruturação financeira ocorrida a partir da segunda metade da década de 80**. Curitiba, 2004. 47 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas)- Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

MARCIANO, J. A. **Operações eletrônicas economizam 0,7% do PIB**. Disponível em:

<<http://indexet.gazetamercantil.com.br/arquivo/2007/12/14/180/BANCO%3A-Operacoes-eletronicas-economizam-0%2C7-do-PIB.html>> Acesso em 25 set.2008.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**; tradução Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

POSSAS, M. L. Concorrência Schumpeteriana, em **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil**, organizadores: David Kupfer & Lia Hasenclever. Rio de Janeiro: Campus, 2002. (p. 415-428).

REED, E. W. **Bancos comerciais** /Edward W. Reed, Edward K.Gill;tradução Maria Claudia Santos Ribeiro Ratto;revisão técnica Roberto Luís Troster. – São Paulo: Makron Books, 1994.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital,crédito,juro e o ciclo econômico (Os economistas); introdução de Rubens Vaz da Costa; tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SINDIBANCÁRIOS, **Sindicato dos Bancários. Roubos a banco: do cano da arma ao fio do mouse**. Disponível em:

<http://www.sindbancarios.org.br/site2007/cms/php/site_envia_amigo.php?tabela=sit_e_noticias&id=2969> Acesso em 05 out. 2008.

TOFFLER, A. **A riqueza revolucionária** / Alvin Toffler, Heidi Toffler; tradução Maiza Prande Bernardello, Luiz Fernando Martins Esteves. São Paulo: Futura, 2007.