

**5º INOVA & 7º AGROTEC E III MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DOS
CURSOS DE GESTÃO E III MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA AGRONOMIA
UCEFF – UNIDADE CENTRAL DE EDUCAÇÃO FAI FACULDADES
CENTRO UNIVERSITÁRIO FAI**

**AUTOATENDIMENTO BANCÁRIO: UM OLHAR SOBRE OS CANAIS DIGITAIS
UTILIZADOS PELAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO**

¹Camila Roden Vogel
¹Rosiane Oswald Flach

¹ Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário FAI, Itapiranga, Santa Catarina, Brasil; E-mail: camilavogel4@gmail.com; ¹Mestre em Administração (UNIVALI). Pesquisadora e professora no Centro Universitário UCEFF. Itapiranga – SC.

Grande área do conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Modalidade: Apresentação oral (BANNER)

INTRODUÇÃO: O sistema bancário vem envolvendo recentes formas de atendimento ao cliente, modificando o modelo tradicional de atendimento presencial. Assim, os bancos necessitam se adequar às novas tecnologias para se manterem ativos no mercado competitivo. As instituições buscam estimular seus usuários à adesão das tecnologias digitais. **OBJETIVO:** Identificar os fatores determinantes que influenciam a utilização dos canais digitais utilizados pelas Cooperativas de Crédito do Oeste Catarinense. **MÉTODOS:** Pesquisa de natureza teórico-empírico, descritiva com abordagem quantitativa aplicada por meio de *survey* com 183 respondentes. A população desta foi composta por maiores de 18 anos que possuem conta bancária ativa em uma Cooperativa de Crédito. Para a coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado on-line do Google Forms. **RESULTADOS:** A média geral quanto ao uso de aplicativo foi de 4,68, onde destacou-se a facilidade do uso do aplicativo aos produtos e serviços. Os usuários se preocupam com o funcionamento geral do aplicativo. A segurança apresenta a maior média como indicador de confiabilidade. A avaliação do Internet Banking é positiva, salientando sua utilidade, estando dentro das expectativas dos usuários. A relevância de haver **layout** simples, intuitivo e prático, podendo a própria pessoa resolver suas demandas através desses canais. Evidencia-se que o caixa eletrônico é a ferramenta bancária com maior número de pessoas que utilizam. Os clientes se sentem pressionados pela agilidade que os caixas eletrônicos demandam no momento de selecionar as opções de comando. Os respondentes sinalizaram que a compreensão e interação no ambiente físico provocam uma sensação de maior pertencimento, segurança e entendimento sobre os produtos, serviços e transações. Apesar do número crescente de transações bancárias que são realizadas através de todos os canais digitais disponibilizados, verifica-se um número reduzido de pessoas que não utilizam a agência física bancária. O autoatendimento vem a facilitar a vida do cliente, onde os serviços digitais já são utilizados pela maioria dos usuários. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** Os principais resultados que identificamos é que há fatores que determinam e influenciam a utilização dos diferentes canais digitais pelos correntistas, tem-se o aumento da utilização desses pelas mais diversas faixas etárias e grau de escolaridade. Aspectos demográficos como idade, renda e escolaridade também divergem entre esses perfis de aceitação de tecnologia. A maior parte da amostra é integrada por usuários que pertencem à geração Y. Os aplicativos das Cooperativas são os canais digitais de autoatendimento mais utilizados pelos usuários e com as melhores médias positivas obtidas sobre os quesitos avaliados, aliados a facilidade e usabilidade, as pessoas não precisam se deslocar presencialmente até uma agência física para solucionar suas demandas. Fica evidente que os clientes com maior aceitação ao canal aplicativo apresentam também maior aceitação ao canal internet banking. A avaliação dos caixas eletrônicos obteve a menor média diante das ferramentas de atendimento questionadas. Ainda se tem uma significativa parcela de pessoas que preferem os espaços físicos nas agências. Na região deste estudo, tem-se uma mudança comportamental dos clientes que já frequentam menos os canais presenciais e utilizam com maior frequência os canais digitais, principalmente o aplicativo.

Palavras-chave: Canais Digitais. Autoatendimento. Cooperativa de Crédito.