



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO  
CAMPUS AVANÇADO IPAMERI

## **PESPECTIVA DO ASSOCIADO SOBRE A TECNOLOGIA UTILIZADA PELA COOPERATIVA SICREDI**

ALVES, Dayane Souza de Almeida<sup>1</sup>  
ALVES, Ivan<sup>2</sup>  
SILVA, Patrícia Vaz da Costa<sup>3</sup>

### **RESUMO**

As cooperativas de crédito são constituídas por um grupo de pessoas jurídicas, onde prestam serviços financeiros aos seus associados. Assim, o principal objetivo foi identificar a percepção do cooperado em relação a qualidade do atendimento e ao uso das tecnologias adotadas pelo setor. A adoção da Tecnologia de Informação (TI) pelos bancos brasileiros começou no início da década de 60, sendo que hoje em dia os investimentos para a área de TI representam a maioria dos orçamentos anuais nas redes bancárias. Nos últimos anos as cooperativas de créditos estão crescendo mais rapidamente que os bancos, aumentando a quantidade de cooperados pois oferecem produtos e serviços financeiros. A metodologia do presente artigo foi dividido em duas etapas, onde a primeira foi realizado a revisão de literatura e na segunda etapa uma pesquisa, sendo classificada como descritiva. A cooperativa Sicredi tem apresentado junto aos seus clientes um atendimento de boa qualidade onde 81,19% dos entrevistados estão totalmente satisfeitos e 16,83% estão parcialmente satisfeito. Portanto, diante da pesquisa foi possível atingir o objetivo proposto no estudo, onde possibilitou tirar conclusões concretas e verdadeiras contribuindo para melhoria das estratégias que podem ser implementadas junto a cooperativa.

**Palavras chaves:** Sistema Financeiro Nacional, Qualidade no Atendimento, Tecnologia.

### **INTRODUÇÃO**

As cooperativas de créditos são constituídas por um grupo de pessoas jurídicas onde prestam serviços financeiros aos seus associados. Operam no setor primário da economia com destaque aos pequenos e médios agricultores (BORDIM, 2013). De acordo com o Banco Central do Brasil- BACEM (2019), o objetivo de uma cooperativa de crédito é disponibilizar serviços financeiros de maneira simples e vantajosas para seus associados, proporcionando acesso ao crédito e demais produtos financeiros.

---

<sup>1</sup>Graduanda no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano, Campus Avançado Ipameri. E-mail: dayanebd1464@gmail.com

<sup>2</sup> Orientador, Professor do Instituto Federal Goiano, Campus Avançado Ipameri. Mestre em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: ivan.alves@ifgoiano.edu.br.

<sup>3</sup> Graduanda no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano, Campus Avançado Ipameri. E-mail: patyyweb@hotmail.com

Com a expansão e crescimento das cooperativas de créditos uma que tem se destacado no setor é a Cooperativa Sicredi (Sistema de Crédito Cooperativo), onde tem disponibilizado serviços com baixa taxas de juros, serviços de qualidade e permite aos associados a participação nos resultados, tornando grandes concorrentes aos bancos públicos e privados. Assim, estudos para análise da qualidade da cooperativa é de grande importância, permitindo identificar um dos motivos na busca desses serviços. Sendo assim, o principal objetivo foi identificar a percepção do cooperado Sicredi em relação a qualidade do atendimento e ao uso das tecnologias adotadas pelo setor.

Sendo assim, o presente artigo foi estruturado em: introdução onde apresenta-se os objetivos, o referencial teórico com os principais assuntos sobre o tema abordado, a metodologia explicando sobre a realização da pesquisa, a análise dos dados e, por fim, as considerações finais.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Cooperativas de Créditos**

As cooperativas de créditos são organizações financeiras criadas perante as comunidades cooperativas com o objetivo de prestação de serviços financeiros aos associados, entres eles: captações de depósitos à vista e a prazo, cheques, concessão de créditos, prestação de serviços de cobranças e custódia, pagamentos por contas de terceiros sob convênio com instituições financeiras públicas e privadas e entre outras operações (PINHEIRA, 2008, p. 92). Esse tipo de organização é formada por grupo de pessoas de próprias jurisdições e de natureza civil. As cooperativas de créditos são parecidas com os outros bancos, pois contém os mesmos serviços e produtos.

Uns dos pontos essenciais das cooperativas de créditos são que elas proporcionam a defesa e o melhoramento da situação econômica dos associados, promovendo baixos custos nos bens e serviços, para que, assim, possam produzir com preços justos para o mercado (FRANKE, 1973, apud SCHARDONG, 2003, p. 81).

Cooperativas de crédito são sociedades de pessoas, constituídas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados, na forma de ajuda mútua, baseada em valores como igualdade, equidade, solidariedade, democracia e responsabilidade social. Além da prestação de serviços comuns, visam diminuir desigualdades sociais, facilitar o acesso aos serviços financeiros, difundir o espírito da cooperação e estimular a união de todos em prol do bem-estar comum (PAGNUSSATT, 2004, p. 13).

Existem três tipos de classificação para as cooperativas de créditos: as de primeiro, segundo e terceiro grau. As que atuam diretamente com os cooperados são chamadas de primeiro grau, que também é chamada de cooperativas singulares. As denominadas de segundo grau referem-se as cooperativas centrais, que atuam várias singularidades de um mesmo local, tem como objetivo de organizar e ganhar escala e, com isso, conseqüentemente permite o desenvolvimento dessas cooperativas. As chamadas de terceiro grau atuam no âmbito nacional ligados aos órgãos governamentais e normativos envolvendo diversas cooperativas centrais (VILELA et al., 2007)

De acordo com o Banco Central Brasileiro – BACEN (2019), o sistema financeiro está cada vez mais competitivo e com isso o mercado financeiro fica cada vez mais difícil e limitado. Diante dessa situação as cooperativas de créditos surgem como uma alternativa para os associados, oferecendo vantagens como créditos e outros serviços financeiros aos cooperados sem fins lucrativos, que, segundo Meloni (2019) e Geriz (2004), é feito com autorização e fiscalização do BACEN.

Os estudos mostram que em meados de 1820 e 1845 nos países da França e Inglaterra foram criadas as primeiras cooperativas. Entretanto, essas cooperativas serviam como instituições beneficentes e sindicatos. Já no Brasil, iniciou-se no ano de 1902 no dia 28 de dezembro. De acordo com o Schardong, uns dos responsáveis pela criação de uma ideia inovadora foi Pe. Theodor Amstad, que fundou a primeira cooperativa de crédito na cidade do Rio Grande do Sul. Com o desenvolvimento do seu trabalho social e missionário, ele foi responsável pela disseminação das ideias cooperativas começando na cidade de Nova Petrópolis (MORAES, 2013).

O Cooperativismo de Crédito chegou ao Brasil, trazido da Europa pelo Padre Theodor Amstad, com o objetivo de reunir as poupanças das comunidades de imigrantes e colocá-las a serviço de seu próprio desenvolvimento. (...) foi em Linha Imperial, município de Nova Petrópolis, que o Padre precursor constituiu formalmente a primeira Cooperativa da espécie, em 28 de dezembro de 1902 (SCHARDONG, 2003, p. 63).

Atualmente existe no Brasil dois bancos cooperativos, sendo eles o Banco BANCOOB e o Banco SICREDI. O primeiro banco cooperativo privado no Brasil a ter foco no atendimento às cooperativas foi o Banco SICREDI, já o Banco BANCOOB é um banco comercial privado da qual o controle acionário pertence às associações filiadas ao SICOOB (FGCOOP, 2019). De acordo com Abramovay (2004), uns dos maiores sistemas de bancos cooperativos do Brasil são o Banco SICOOB, SICREDI e o UNICRED. Porém, SICREDI e o SICOOB são os mais organizados, que possuem as ações de crédito rural e cada uma delas conta com um banco

comercial. O Banco SICREDI e o BANCOOB formam uns desses bancos comerciais chamado de banco BANSICREDI, que possuem estruturas enxutas e autonomia na prestação de alguns serviços exclusivos para atender seus associados, como o acesso direto à câmara de compensação bancária (SICOOB, 2019; SICREDI, 2019).

Com o objetivo de alcançar os resultados e oferecer um melhor suporte aos associados que surgiu esse tipo de sistema, tendo uma gestão profissional e se estruturando de forma efetiva, buscando a utilização de novas tecnologias que estão mais apropriadas as suas necessidades, diminuindo despesas e aperfeiçoando o atendimento resultando nos últimos tempos o desenvolvimento na ramificação de crédito pelo país (ARAÚJO e SILVA, 2011).

O objetivo da cooperativa SICREDI é conquistar recursos para custear as atividades dos integrantes, atendendo suas demandas e realizando desenvolvimento na economia e na sociedade. Atualmente o sistema SICREDI possui mais de 300 serviços e produtos diferenciados e uma de suas maiores preocupações é com a adequação de cada produto e serviço utilizado por cada associado, onde existem vários perfis e segmentos que pertencem a diferentes faixas etárias, rendas entre outros (BAVARESCO, 2017).

## **2.2 Sistema Financeiro Nacional**

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) brasileiro é composto por um grupo de instituições financeiras e instrumentos financeiros que transferem recursos dos agentes econômicos superavitários para os deficitários (SILVA et al., 2016). Segundo Cavalcante (2002), o sistema financeiro é composto por entidades financeiras onde são transferidos recursos dos ofertantes finais aos tomadores finais, criando condições para que haja liquidez no mercado através de títulos e valores mobiliários.

Fortuna (2002), relata que o mercado financeiro possibilita que um agente econômico (pessoa ou empresa), que não possua condições para aplicação, seja em empreendimento próprio ou poupança, tenha contato com outra pessoal, onde as perspectivas de investimentos sejam maior que as da poupança.

De acordo com a constituição Federal em seu artigo 192 (SENADO, 2019):

Art. 192. O sistema financeiro nacional, estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito, será regulado por leis complementares que disporão, inclusive, sobre a participação do capital estrangeiro nas instituições que o integram (SENADO, 2019).

Conforme relatado por Assaf Neto (2012), o SFN é dividido em duas partes: subsistema de supervisão, onde é responsável por criar regras definindo os critérios para transferir recursos entre as partes, e, ainda, supervisionam as instituições que possuem atividades de intermediação monetária e o subsistema operativo, também conhecido como intermediação, sendo constituído por instituições financeira podendo ser monetárias, oficiais ou não, e também instituições auxiliares cuja responsabilidade é intermediar recursos entre poupadores e tomadores ou por prestação de serviços.

O subsistema de supervisão é formado pelo Conselho Monetário Nacional, Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional, Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, Conselho Nacional de Seguros Privados, Superintendência de Seguros Privados, Brasil Resseguros (IRB), Conselho de Gestão da Previdência Complementar e Secretaria de Previdência Complementar. O Conselho Monetário Nacional (CMN) é o órgão superior do SFN onde elabora a política da moeda e do crédito, com o objetivo de manter estável a moeda e o desenvolvimento da economia e social do país, tendo a responsabilidade de fixar diretrizes da política monetária, creditícia e cambial no Brasil (MERCADO DE VALORES, 2019).

Já o subsistema operativo é constituído por várias instituições podendo ser bancárias ou não, dependendo da possibilidade de emissão de moeda, instituições auxiliares do mercado, e instituições definidas como não financeiras, todavia, integrantes do mercado financeiro (SELAN, 2015 p.13). De acordo com Hoji (2008, p. 24), o mercado financeiro é fiscalizado e regulamentado pelo Banco Central do Brasil (BCB ou Bacen) e Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que são subordinados ao Conselho Monetário Nacional (CMN), conforme a Figura 1.

O Conselho Monetário Nacional é responsável por criar e regulamentar as diretrizes do Sistema Financeiro Nacional, onde todas as instituições financeiras devem seguir as regras, sendo subordinados a ele. O Banco Central é o que mais pratica essas regras, fiscalizando e regulamentando as atividades bancárias de maneira que as instituições cumpram a lei determinada para o setor (EDUCAÇÃO FINANCEIRA, 2019).

O CMV é composto pelos seguintes membros: Ministro da Fazenda (Presidente), Ministro de Planejamento, Orçamento e Gestão e o Presidente do Banco Central do Brasil. Sendo sua competência, de acordo com Silva et al., 2016:

- fixar diretrizes e as normas da política cambial;
- regulamentar as operações de câmbio;
- controlar a paridade da moeda e o equilíbrio do Balanço de Pagamentos;
- regulamentar as taxas de juros;
- regular a constituição e o funcionamento das instituições financeiras;
- fixar índices de encaixe, capital mínimo e normas de contabilização;

- acionar medidas de prevenção ou correção de desequilíbrios;
- disciplinar o crédito e orientar na aplicação dos recursos;
- regular as operações de redesconto e as operações no mercado aberto (SILVA et al., 2019 p. 4-5).

**Tabela 1:** Estrutura do Sistema Financeiro Nacional.

Órgãos Normativos	Entidades Supervisoras	Operadores	
Conselho Monetário Nacional (CMN)	Banco Central do Brasil (Bacen)	Instituições Financeiras captadoras de depósitos a vista	Bancos Múltiplos
			Bancos Comerciais
			Caixa Econômica Federal
			Cooperativa de Crédito
		Demais Instituições Financeiras	Agência de Fomento
			Associações de Poupança e Empréstimo
			Bancos de Desenvolvimento
			Bancos de Investimento
			Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
			Companhias Hipotecárias
	Bacen e CVM	Outros intermediários financeiros e administradores de recursos de terceiros	Cooperativas Centrais de Crédito
			Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento
			Sociedades de Crédito Imobiliário
			Sociedade de Crédito ao Microempreendedor
			Sociedades de Arrendamento Mercantil
Comissão de Valores Mobiliários (CVM)		Sociedades Corretoras de Títulos e Valores Mobiliários	
		Sociedades Distribuidoras de Títulos e Valores Mobiliários	
		Bolsas de Mercadorias e Futuros	
		Bolsas de Valores	

Fonte: HOJI (2008, p. 24).

O Sistema Financeiro Nacional é dividido em quatro "mercados", que são: Mercado Monetário, Mercado de Câmbio, Mercado de Capitais e Mercado de Crédito.

### 2.2.1 Mercado Monetário

O mercado monetário é responsável por transferir recursos em curto prazo, normalmente em um período de um dia, como ocorre entre as instituições financeiras (mercado interbancário) ou entre as instituições e o Banco Central (BC). Seu objetivo principal é controlar a liquidez da economia, caso a quantidade de dinheiro disponível seja maior que o almejado pela política monetária, determinado pelo BC, a autoridade monetária interfere no mercado através de vendas de títulos e recolhendo moedas do mercado. Porém, pode ser realizado o fluxo contrário, se o montante de recursos estiver pouco, o BC compra títulos e insere moedas no mercado, recompondo a liquidez necessária (MARTINS, 2017).

De acordo com o Banco Invest (2019), as principais negociações nos mercados monetários são:

- a) Depósitos (interbancários): onde ocorre aplicações e tomadas de fundos entre os bancos no mercado, sendo o prazo de até um ano;
- b) Bilhetes do Tesouro (BT): são títulos de dívida pública de curto prazo inserido no mercado primário, sobre forma de leilão pelo Banco de Portugal, podendo ser escolhido um prazo entre três possíveis, sendo de 91, 182 e 364 dias. Apenas as instituições financeiras que estão subordinados à constituição de reservas mínimas de caixa possuem acesso a esses leilões. Os juros do BT serão pagos antecipados, onde são lançados com o desconto do valor nominal, sendo os juros o valor da diferença entre este último e o preço de aquisição;
- c) Papel Comercial: igualmente aos BT, porém para dívida expedida por empresas. Os prazos são curtos (em torno de 3 meses), onde também emite o desconto.
- d) Repurchase Agreements (Repos): os Repos são tratados de recompra, onde uma das partes que possuem em carteiras determinados títulos, aceita vender esses títulos à outra parte e compra-los novamente no futuro com um preço maior. Os juros da negociação é feito baseado na diferença entre o preço de venda e o de recompra. Os Repos são fontes de financiamento muito importante para as instituições financeiras, desde que estruturados de maneira favorável, apresentando baixo risco de crédito (BANCO INVEST, 2019).

### 2.2.2 Mercado de Câmbio

O mercado de câmbio são grupos de compradores e vendedores que utilizam moedas internacionais de vários países do mundo, sempre com a fiscalização do Banco Central. As exportações e as importações geralmente são feitas pelos compradores, vendedores, investidores e turistas, os intermediários dessas transações são feitos pelos bancos e corretores. Para que outros órgãos possam fazer essa operação no mercado como, bancos, casas de câmbio, hotéis de turismo, correios, portos, aeroportos e vários outros, precisam da autorização do BACEN (Banco Central) (GUERRA,2012).

A negociação da moeda estrangeira feita no mercado cambial como venda, compra ou troca é feita pelas corretoras autorizadas pelo Banco Central naquele país, sendo responsável pela troca da moeda. Um exemplo é se um cidadão americano for para o país estrangeiro e necessitar trocar a sua moeda, esse país será responsável por realizar a troca da moeda americana pela moeda local. Qualquer pessoa física ou jurídica pode comprar ou vender moedas estrangeiras desde que a outra parte envolvida na operação seja um agente autorizado pelo Banco Central a operar no mercado de câmbio. As instituições que podem realizar essa troca e que são autorizadas pelo Banco Central são: Bancos Comerciais; Bancos de Investimento; Bancos Múltiplos; Caixas Econômicas; Bancos de Câmbio; Bancos de Desenvolvimento; Sociedade de Créditos; Corretoras de Títulos e Valores Mobiliários e Sociedade Corretoras de Câmbio (PORTAL EDUCAÇÃO, 2019).

O mercado cambial negocia moedas estrangeiras conversíveis, umas das negociações realizadas é diretamente com o exterior e a outra é internamente no Brasil. A negociação direta é restrita aos bancos comerciais e de investimento licenciados pelo Banco Central, um dos essenciais motivo para existir esse tipo de mercado é para equilibrar a Balança de Pagamentos, e nela incluem a Balança Comercial, Balança de Serviços, Balança de Capitais e Transferências. Já a negociação interna no mercado cambial ocorre entre vários participantes, como corretoras e casas de câmbio e investidores em geral. A principal moeda negociada é o dólar, possuindo quatro taxas atuais de cotação, sendo elas: Comercial, Interbancário, Paralelo e Turismo. (BERTOLO, 2019).

### 2.2.3 Mercado de Capitais

Um dos sistemas criado dentro do sistema financeiro é o mercado de capitais. Foi desenvolvido para simplificar a distribuição de valores mobiliários com finalidade de garantir liquidez aos títulos de emissão de organizações e possibilitar métodos de capitalização de médio e longo prazo (GOMES,2014).

O mercado de capitais assume papel dos mais relevantes no processo de desenvolvimento econômico. É o grande municiador de recursos permanentes para a economia, em virtude da ligação que efetua entre os que têm capacidade de poupança, ou seja, os investidores, e aqueles carentes de recursos de longo prazo, ou seja, que apresentam déficit de investimento (ASSAF NETO, 2001. p. 111).

Os ativos considerados dentro do mercado de capitais são: ações, títulos e descontos de contribuição; os cupons, direitos, recibos de solicitações e certificados de desdobramentos; os certificados de depósitos de Valores Mobiliários; as cotas de Fundos ou clubes de investimento; as notas comerciais (Commercial Paper) e cédulas de títulos; e derivativos. O principal órgão responsável pelo controle, normatização e fiscalização do mercado de capitais é a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) (GRADUACAO INVESTIMENTOS, 2010).

Criado no ano 1976 surgiu para representar um grande avanço na época. Seu surgimento foi influenciada na Securities and Exchange Commission (SEC), dos Estados Unidos. Devido a falta de hábito no Brasil o Mercado de Capitais (CVM) teve pouco desenvolvimento e não apresentou meios efetivos de executar suas determinações, apresentando conseqüentemente um caráter programático. Entretanto, com o passar do tempo e com a evolução do mercado de capitais, a CVM passou a exercer seu papel com destaque e efetividade dentro do sistema financeiro (CAVALCANTE et al., 2005).

...a CVM tinha poderes de intervenção muito limitados em relação ao mercado de capitais, tanto em virtude da relativa timidez da lei e da regulamentação, quanto pela sua própria estrutura, não tendo independência de fato em relação aos demais órgãos da administração e inclusive, e especialmente, em relação às grandes sociedades de economia mista. Ademais, faltavam-lhe pessoal e material, equipes e equipamentos, por ter um orçamento muito limitado para regular e fiscalizar um grande universo de sociedades abertas e instituições financeiras, abrangendo bolsas, bancos de investimento, corretoras e distribuidoras (WALD, 2006. p. 5).

A Comissão de Valores Mobiliários tem a função de fiscalizar e controlar as práticas não-equitativas aos acontecimentos de fraudes e abusos, possibilitando investigação e punição para os envolvidos.

Deve a CVM evitar qualquer interferência em questões de mérito, que correspondam a conflitos entre a sociedade e acionistas, decorrentes da interpretação de normas legais, especialmente quando controvertida a matéria. O conflito de interesses e a

interpretação da norma jurídica são questões de competência do Poder Judiciário, não cabendo a um órgão administrativo nelas se imiscuir (BORBA, 2004 p. 157).

Em razão disso, a CVM possibilita o crescimento no Mercado de Capitais despertando ações que apontem sua divulgação, a expansão de conhecimento por meio de estudos, debates, publicações e seminários (SILVA, 2008).

#### **2.2.4 Mercado de Crédito**

A palavra crédito surgiu do latim *credere*, de acordo com Silva (1985), significa acreditar que uma pessoa ou uma empresa tenha a capacidade de ressarcir o montante, considerando por igual ou atribuindo acréscimo de juros referentes ao valor recebido no momento.

Crédito é o ato de outorgar a terceiros (unidades familiares, empresas ou governo) o direito ou a capacidade (ou poder de compra) de adquirir parte da produção global da comunidade. Crédito é a transferência temporária do uso do dinheiro (SILVA, 1985, p.163).

O mercado de créditos também está integrado dentro do sistema financeiro, sua função é disponibilizar a autorização de crédito para a população, contendo realizações financeiras de curto e médio prazo. Esse sistema é composto por dois tipos, os superavitários que são os poupadores que entregam suas reservas as organizações financeiras como forma de aplicações, isso feito em determinado tempo pode trazer rentabilidade em sua aplicação dependendo da quantia depositada. E os deficitários que são os tomadores que exigem das organizações, valores para prevenir despesas financeiros (FERREIRA et al, 2017).

Uma das medidas para que as organizações contribuam com esses valores são em formas de taxas de juros cobradas para o risco dessa operação. Por isso os deficitários pagam um valor maior do que é atribuído. Esse tipo de mercado é controlado e fiscalizado pelo Banco Central do Brasil. Com o surgimento do mercado de crédito qualquer pessoa, sendo ela jurídica ou física, pode obter bens e serviços desejados (GOMES, 2014).

### **2.3 Tecnologia da Informação**

As tecnologias contribuem na organização de bens e de consumo onde podem facilitar ou dificultar a acessibilidade a bens, serviços e conhecimentos, podendo causar a inclusão ou exclusão social (THOMAS, 2012). A adoção da Tecnologia de Informação (TI) pelos bancos

brasileiros começou no início da década de 60, sendo que hoje em dia os investimentos para a área de TI representam a maioria dos orçamentos anuais nas redes bancárias, tornando-se reconhecida mundialmente a tecnologia bancária brasileira na qualidade e inovação (MEIRELLES 2010, p. 15).

O Caixa Automático é a tecnologia mais usada pelos bancos, conferindo maior rapidez e comodidade de acesso para os clientes. Bancos automáticos fornecem serviços em tempo integral, onde os clientes podem realizar desde simples depósitos a várias transações sem a necessidade de horas extras para a prestação de tais serviços (PINHEIROS e MENDES FILHO, 2004, p.28).

Outra importante tecnologia utilizada é a adoção da página na internet, que tem sido de grande valia para as empresas, pois os clientes podem consultar saldos, fazer compras, transferências e realizar pagamentos sem sair de casa com comodidade e segurança. O autor O'Brien (2001, p. 10) define que:

A Internet se tornou uma plataforma vital de telecomunicações para comunicações eletrônicas e para a colaboração e o comércio eletrônico entre as empresas e seus clientes. Sites comerciais na Internet tornaram casas de compensação para troca interativa de informações por e-mail, sistemas de Chat, fóruns de discussão e edição de multimídias. Os sites das empresas também servem como pontos de atacado e varejo eletrônico, para compra e venda de uma ampla variedade de produtos e serviços (O'BRIEN, 2001 p. 10).

As principais utilidades de TI neste setor são: internet banking, sistemas de gestão específicos (ERP – Enterprise Resource Planning), sistemas de relacionamento com os clientes (CRM – Customer Relationship Management), infraestrutura de comunicação (exemplo: comunicação entre agências bancárias e comunicação entre caixas automáticos), sistemas de análise de crédito, sistemas de investimentos e sistemas específicos (JONAS e KING, 2008; MEIRELLES, 2010, p. 14). Tecnologia essencial para o funcionamento e prestação de serviços com qualidade para o cliente.

Nos últimos anos as cooperativas de créditos estão crescendo mais rapidamente que os bancos, aumentando a quantidade de cooperados, pois oferecem produtos e serviços financeiros às cooperativas disponibilizando uma linha completa de cartões de crédito, poupança, cobrança bancária, linhas de créditos de recursos repassados por instituições governamentais, fundos de investimentos, entre outros, em condições competitivas (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2019).

Os bancos Cooperativos são regulamentados pelo Banco Central, onde são expostos os requisitos necessários para atuarem no setor, apresentando atividades mais complexas,

processos e controles que não foram impostos nas Fintechs. Apesar das Cooperativas apresentarem um lastro financeiro maior, as tecnologias utilizadas são um pouco defasada, o que torna a concorrência difícil com as Fintechs, pois elas operam com tecnologias de ponta e são ágeis na disponibilização de produtos e serviços (DIAS, 2019 p. 2).

De acordo com o site Conexão Fintech (2019), define-se Fintech como a junção das palavras “*financial e technology*”, representando as startups que produzem inovações tecnológicas direcionadas ao mercado financeiro. Mearian (2017), afirma que Fintech é quando a tecnologia está sendo usada em serviços financeiros ou em empresas que pretendem administrar seus negócios, integrando softwares e modelos de negócios. Representam tecnologias além dos serviços financeiros tradicionais como pagamentos móveis, transferências de dinheiro, empréstimos, captação de recursos e gerenciamento de ativos (MARR, 2017).

Buscando melhorias nas tecnologias as cooperativas tem investido na era digital, inovando e evoluindo constantemente. Como exemplo, a Cooperativa Sicredi em 2015 melhorou os canais de autoatendimento, principalmente no novo Sicredi Mobi, disponibilizando para o associado a conveniência e agilidade de seus serviços em suas próprias mãos. O aplicativo de mobile banking está acessível para Android, Windows Phone e iOS, sendo o segundo mais baixado na App Store Brasil quando foi lançado em dezembro. O app é gratuito e autoriza realizar diversas transações como consulta de saldos, extratos, agendamentos, índices financeiros, transferências, aplicações e pagamentos (SICREDI, 2019).

## 2.4 Serviços

De acordo com Gronroos (1999), serviço é quando uma empresa atende à demanda, oferta atividade, esforço ou solução para o cliente. Já para Sparemberger e Zamerlan (2011), serviços são atividades que indicam relacionamento comercial, sendo um fator de diferenciação para a empresa caso sejam disponibilizados com qualidade.

Shiozawa (1993), relata que há quatro modelo de serviços ou produtos:

- Genérico: representa o produto adquirido;
- Esperado: acréscimo ao produto adquirido, porém, esperado pelo cliente;
- Aumentado: benefícios adicionados não esperado pelo cliente;
- Potencial: Aumento dos serviços ao longo do tempo criando atrativos e novos benefícios para o cliente. Representa o diferencial competitivo da empresa (SHIOZAWA, 1993).

Buscando diferenciar de maneira clara, Gronroos (1999, p.38) elaborou um quadro diferenciando bens físicos de serviços, que prestado com qualidade se torna um diferencial para sua empresa:

**Quadro 1.** Diferença entre bens e serviços.

Bens Físicos	Serviços
Tangível	Intangível
Homogêneo	Heterogêneo
Produção e distribuição separadas do consumo	Produção, distribuição e consumo são processos simultâneos
Uma coisa	Uma atividade ou processo
Valor principal produzido em fábricas	Valor principal produzido nas interações entre comprador e vendedor
Cientes normalmente não participam do processo de produção	Cientes participam da produção
Pode ser mantido em estoque	Não pode ser mantido em estoque
Transferência de Propriedade	Não transfere propriedade

Fonte: GRONROOS, 1999, p. 38.

## 2.5 Qualidade no Atendimento ao Cliente

Segundo Chowdhury (2006), a qualidade é descrita pelo cliente ao invés de ser pela empresa. A qualidade está ligada ao cliente, já que são seu objetivo final. Zenone (2011), afirma que:

Na verdade, todas as empresas, de alguma maneira prestam serviços, pois sempre existem os momentos em que a organização atende o cliente. E nessas horas, se o atendimento não for bom, a percepção do cliente sobre a qualidade também não será boa (ZENONE, 2011, p. 163).

De acordo com Walker (1991), para o atendimento com qualidade é importante que:

- Tenha um bom atendimento, independente se teve uma má impressão no início, sendo cortês com o cliente;
- Não deixe o cliente esperando, atenda imediatamente se possível, se não, chame alguém que esteja disponível;
- Apresente boa vontade. Busque compreender o cliente;
- Utilize palavras de fácil entendimento, tenha a certeza que o cliente entendeu suas orientações;
- Não dê ordem ao cliente;
- Não discuta com o cliente, escute com atenção as reclamações (WALKER, 1991).

Cobra (2009), afirma que: “o mais bem-sucedido serviço ao cliente é o de ouvi-lo, pois eliminam muitas reclamações e insatisfações que os clientes têm da empresa e não sabem a quem se queixar”. É importante buscar atender as necessidades do cliente com cordialidade, educação e paciência, assim disponibilizará um serviço de qualidade para o cliente.

A ISO 9001 contribui na melhoria da Gestão da Qualidade, aumentando a satisfação do cliente, sendo específico na ABNT NBR ISO 9001:2015 (ALONÇO, 2017). Assim sendo, a Gestão da Qualidade na ISO 9001:2008, as organizações necessitam suprir às exigências e expectativas dos clientes, já que as empresas precisam dos seus clientes para sobreviverem (SANTANA et al, 2019). A base da Gestão da Qualidade são: Foco no cliente; Liderança; Engajamento das pessoas; Abordagem de processo; Melhoria; Tomada de decisão baseada em evidência e Gestão de relacionamento (ABNT NBR ISO 9001:2015, 2019).

### 3. METODOLOGIA

A metodologia do presente artigo foi dividido em duas etapas, onde a primeira foi realizado a revisão de literatura (CERVO e BERVIAN, 2002), buscando enriquecer o assunto abordado por diferentes autores sobre o sistema financeiro nacional e as cooperativas de créditos, para, assim, obter embasamento para desenvolver o restante do trabalho. A pesquisa foi realizada em periódicos on-line como Scielo, em Trabalhos de Conclusão de Curso TCC, Artigos Científicos encontrados no Google Acadêmico e livros.

Na segunda etapa foi realizada uma pesquisa, sendo classificada como descritiva no qual utilizou a metodologia quantitativa na cooperativa Sicredi, situada na Avenida R. Dr. Gomes da Frota, Qd. 37 - Lt. 85 – Centro, Ipameri-GO. Para Severino (2007), a pesquisa descritiva apresenta a análise e interpretação de dados, isto é, descrever significa identificar, relatar, comparar, contar, entre outros aspectos.

A amostra do estudo foi não probabilística, onde foi feito o cálculo amostral para quantificar quantos responderiam o questionário (MATTAR, 1996).

Foi empregado um questionário pré-elaborado para coleta de dados, pois, de acordo com CerVO, Bervian e Silva (2007), é a metodologia mais utilizada para a coleta de dados, pois torna possível medir com maior exatidão o que pretende, além de englobar questões pertinente ao problema local.

#### **Fórmula para População Finita**

De acordo com Larson (2004), a fórmula para se calcular a população finita é:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Onde:

n= número de elementos da amostra

N= número de elementos da população

Z<sup>2</sup>= nível de confiabilidade

P= proporção de ocorrência da variável

Q= proporção de não ocorrência da variável

e<sup>2</sup>= margem de erro

#### **Nível de Confiabilidade**

(Z= 1) 68%

(Z=2) 95%

(Z=3) 99,7%

De acordo com dados da cooperativa Sicredi, a quantidade de associados são de 1559. População de 1559, Z=2 e margem de erro 10%

$$n = \frac{1559 \cdot 2^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{10\%^2 \cdot (1559-1) + 2^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{1559 \cdot 4 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01 \cdot 1558 + 1}$$

$$n = 101 \text{ elementos}$$

### **Amostra**

Para Azevedo (2007, p.59) “a composição da amostra refere-se aos elementos escolhidos para formá-la e ao seu dimensionamento”. Ou seja, a amostra é a quantidade ou tamanho de elementos a serem utilizados. A amostra foi de 101 elementos.

## **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Histórico do Sicredi Ipameri**

O Sicredi está instalado em 10 estados brasileiros com mais de 1,2 mil pontos de atendimento (SICREDI, 2019a). Em 2007 criou-se a Cooperativa Sicredi Planalto Central composto por 16 pessoas na cidade de Cristalina. Em 2011 foi criado a Cooperativa Sicredi na cidade de Ipameri, no interior de Goiás, no dia 22 de agosto (SICREDI, 20019b), sendo composto pelos seguintes colaboradores: Gerente da Agência Luíz Augusto Eisele, Gerente administrativo Financeiro Ivo Lopes, Gerente de Negócios PF Carlos Canedo Júnior, Gerente de Negócio PJ Isabela Bonach, auxiliar administrativo Marilene Caldas e caixa Gustavo Paiva Martins Ferreira. Atualmente é composto por 1559 associados e 13 colaboradores.

### **4.2 A pesquisa**

Foi levantado o perfil dos cooperados por meio do questionário onde foi possível realizar o levantamento sobre: idade, sexo, estado civil, profissão, renda familiar e cidade onde reside. A pesquisa revelou que 62,38% dos entrevistados são do sexo masculino, demonstrando assim que os homens tem mais acesso aos serviços eletrônicos de atendimento na cooperativa.

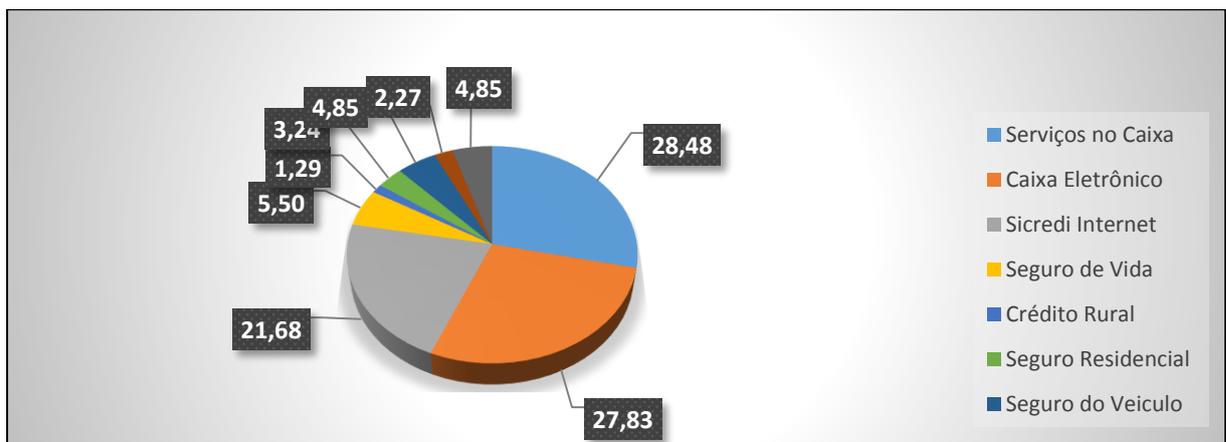
Em relação a idade, 38,61% dos entrevistados tem de 21 a 30 anos e 27,72% de 31 a 40 anos, sendo que a minoria, 2,97% possuem até 20 anos. Isso pode ocorrer devido ser a faixa etária onde estão desenvolvendo e crescendo profissionalmente. Ao analisar o estado civil 55,45% são casados representando a maioria dos cooperados entrevistados, o que leva a necessidade de utilizar os serviços da cooperativa, já que visam sustentar a família com a melhor qualidade possível.

Entre os entrevistados 29,70% apresentaram ter renda de até 1.497,00 reais e 18,71% mais de 4.991,00. É importante saber esses dados do cooperados para que estratégias sejam incrementadas de maneira que possam disponibilizar serviços que abrangem todas as classes sociais, tendo um diferencial para atrair novos cooperados. Ao analisar a profissão, 41,18% são funcionários de empresas privadas o que pode justificar a renda obtida e 23,53% são comerciantes/empresários. Ao realizar o levantamento da cidade onde residem, 96,04% dos entrevistados são de Ipameri.

No Gráfico 1 foi possível analisar quais serviços disponibilizados são mais utilizados pelos cooperados, onde 28,48% utilizam os serviços no caixa, 27,83% utilizam o caixa

eletrônico e 21,68% utilizam Sicredi internet, representando a maioria dos serviços utilizado pelos entrevistados. De acordo com Sparemberger e Zamberlan (2011), “serviços são as atividades que apresentam um relacionamento comercial, e se prestado com qualidade será um fator fundamental para diferencial da empresa.” Assim, os serviços disponibilizados na cooperativa constitui um papel fundamental na permanência dos cooperados junto a cooperativa.

**Gráfico 1.** Serviços utilizados na Cooperativa Sicredi. Ipameri, GO.

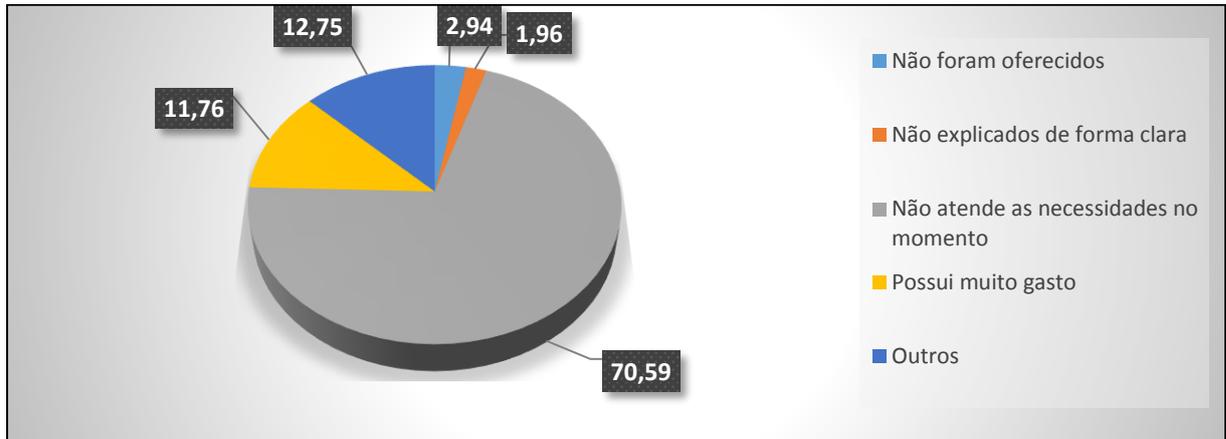


Fonte: A pesquisa.

Os demais serviços oferecidos como seguro de vida, crédito rural, seguro residencial e seguro de veículo são poucos utilizados (Gráfico 2), isso porque 70,59% dos entrevistados acreditam que não atendem as necessidades no momento e 2,94% afirmaram não terem sido oferecidos. Novas estratégias, como promoção ou pacotes, deveriam ser aderidas visando atingir esses cooperados, já que alguns desses serviços são de grande importância para proteger os bens que são adquiridos mediante algum esforço. Além de analisar a classe econômica dos cooperados, disponibilizando produtos acessíveis a diferentes rendas.

No Gráfico 3 apresenta alguns fatores motivacionais que influenciaram os clientes a serem cooperados na Sicredi. A qualidade no atendimento é o que mais influenciou, apresentando 28,26%, em segundo tarifas e taxas menores com 21% e em terceiro produtos e serviços diferenciados com 14,13%.

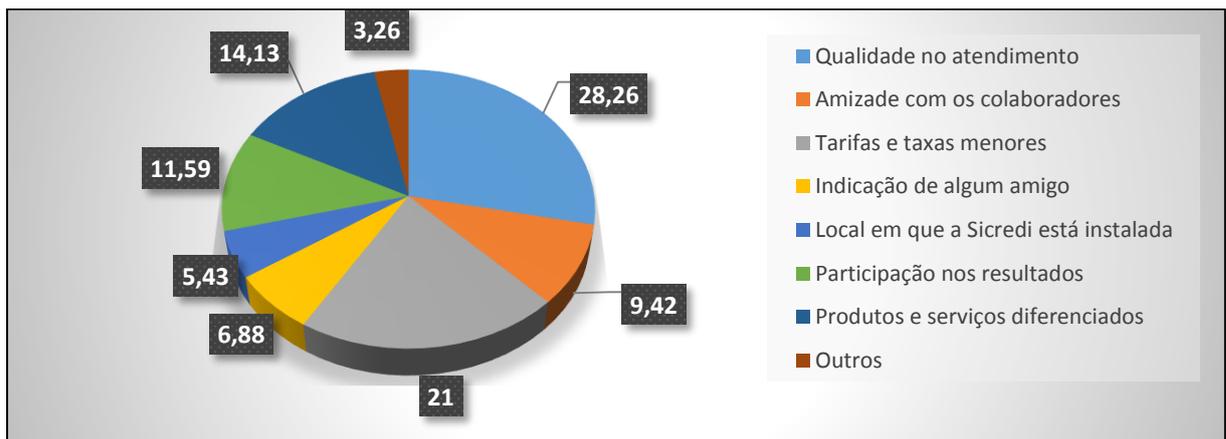
**Gráfico 2.** Motivo pelo qual os serviços não foram utilizados na Cooperativa Sicredi. Ipameri, GO.



Fonte: A pesquisa.

É perceptível que a cooperativa possui um bom relacionamento com seus clientes, além de contribuir na redução dos custos dos associados. Fatores importante para a construção de marketing de relacionamento, onde as pessoas procuram trocar serviços, manter relacionamento, interações com quem confiam contribui na permanência do associado na cooperativa (GUMMESSON apud SPAREMBERGER, ZAMBERLAN, 2011, p. 60), além de apresentar serviços diferenciados ao cooperado.

**Gráfico 3.** Fatores que contribuíram para serem cooperados do Sicredi. Ipameri, GO.



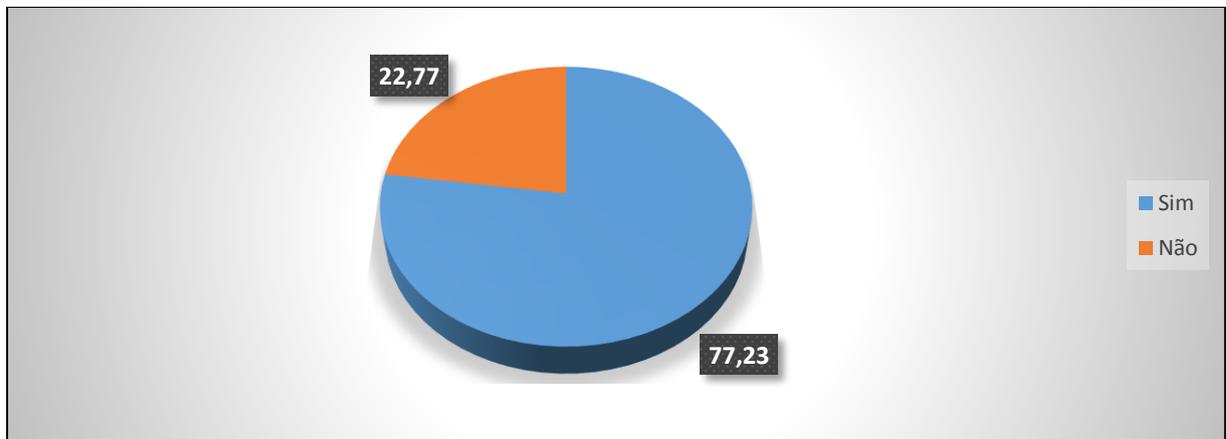
Fonte: A pesquisa.

Com os avanços na tecnologia, a disponibilidade ao acesso aos serviços bancários para os clientes/cooperados representam um diferencial, já que facilitam e reduzem a necessidade de terem que se deslocarem ao banco para realizar serviços básicos como saldo, pagamento de contas, etc. No Gráfico 4 apresenta que 77,23% dos entrevistados utilizam o aplicativo e

justificam a adoção porque é mais prático e apresenta maior comodidade reduzindo o tempo em que ficariam na cooperativa Sicredi e 22,77% não utilizam, sendo que 13,54% dos entrevistados (Gráfico 5), afirmam que o aplicativo é de difícil manuseio, podendo ser devido a baixa escolaridade ou experiência com tecnologia.

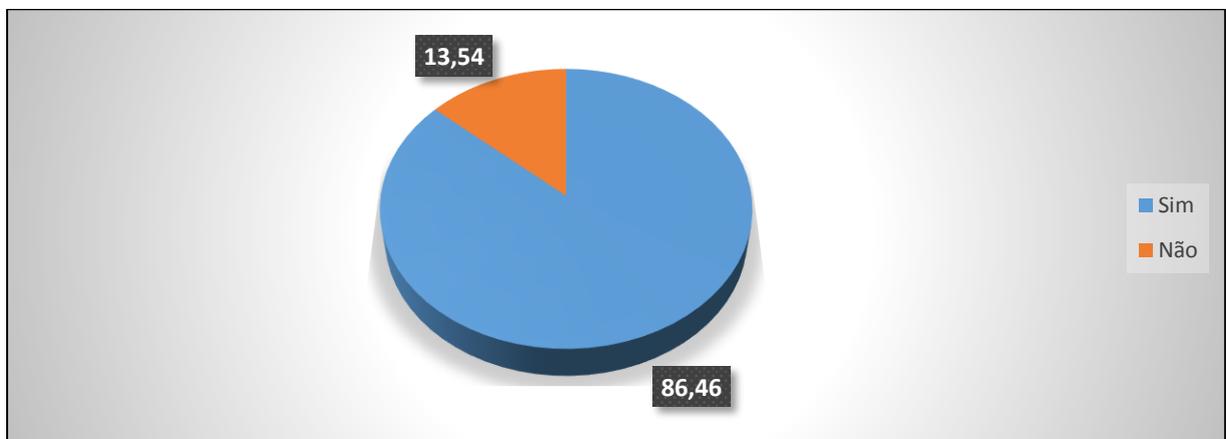
A investigação a respeito dos fatores que tornam difíceis o uso da tecnologia disponibilizada é importante, já que seria uma oportunidade de interação entre a cooperativa e cooperados, ajudando a contornar esse problema, contribuindo na fidelização do cliente. Contribuirá também na Sustentabilidade da Cooperativa, já que proporcionar melhorias a comunidade local é um dos pilares da sustentabilidade.

**Gráfico 4.** Cooperados que utilizam o aplicativo Sicredi. Ipameri, GO.



Fonte: A pesquisa.

**Gráfico 5.** Percepção dos cooperados em relação ao entendimento do aplicativo Sicredi. Ipameri, GO.

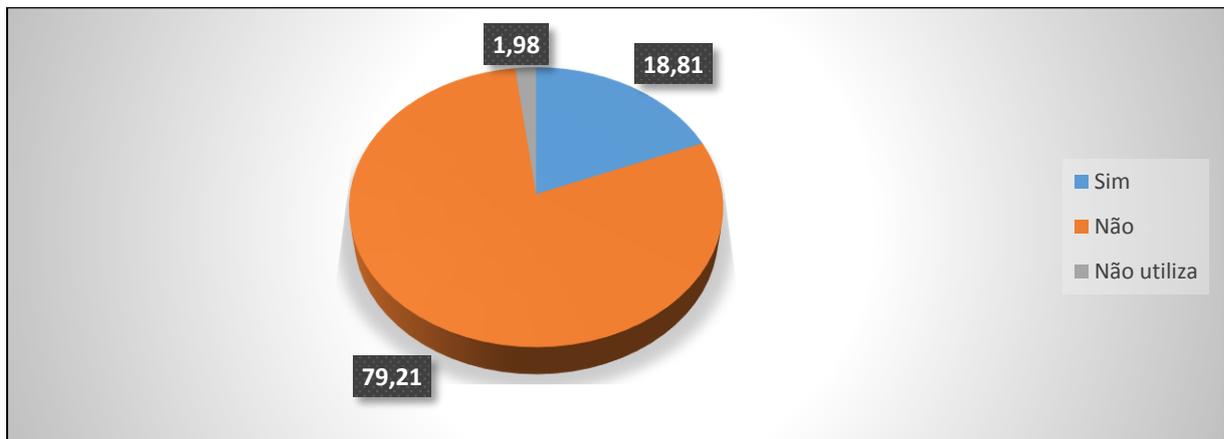


Fonte: A pesquisa.

De acordo com Fortuna (1999), os bancos preocupam-se em atrair e cativar mais clientes, assim investiram em tecnologia para obter mais rapidez, facilidade e comodidade para seus correntistas. Tecnologia que visa melhorar a qualidade no atendimento de seus clientes.

Dos cooperados, 79,21% não tiveram dificuldades ao manusear o serviço de caixa Eletrônico, enquanto que 18,81% tiveram alguma dificuldade, onde foram necessário a ajuda de cooperados para realizar a atividade necessária perante o caixa (Gráfico 6). Assim, 34% dos entrevistados acreditam haver a necessidade de algum auxílio para ajudar na utilização do caixa eletrônico e até mesmo, do aplicativo Sicredi. Diante do exposto é necessário medidas para reverter essa dificuldade, já que, quando a cooperativa estiver fechada o único serviço disponibilizado no estabelecimento é o caixa eletrônico e caso o cooperado não consiga manusear corretamente, contribuirá na evasão para outros bancos que disponibilizem uma tecnologia de mais fácil percepção e entendimento.

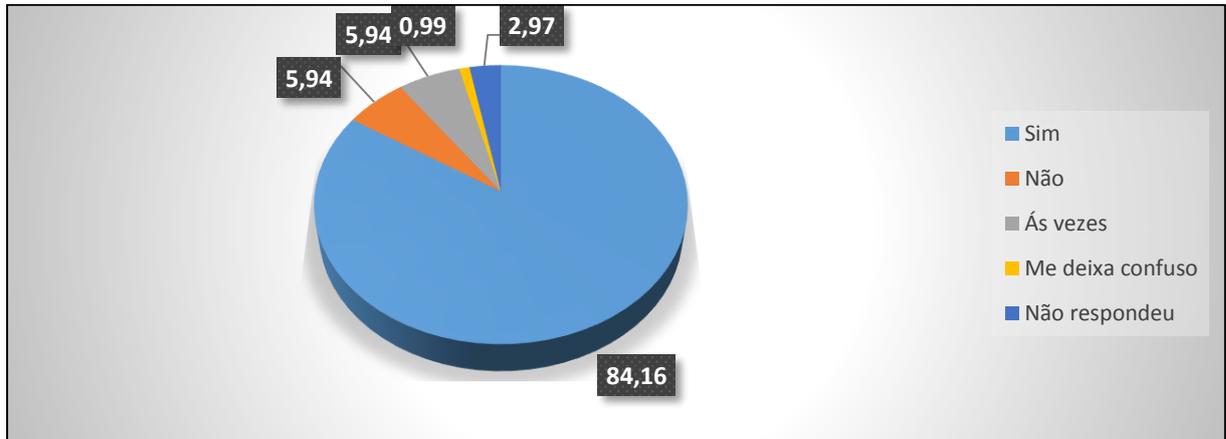
**Gráfico 6.** Quantidade de cooperados que tiveram dificuldade quando utilizaram o serviço de Caixa Eletrônico no Sicredi. Ipameri, GO.



Fonte: A pesquisa.

Apesar de 84,16% responderem que tanto o caixa eletrônico e o aplicativo Sicredi são de fáceis entendimento, 5,94% não entendem as informações às vezes e 0,99% ficam confusos (Gráfico 7). Apesar de ser a minoria dos entrevistados deve ser levado em consideração para melhorar suas tecnologias disponíveis, além de satisfazer as necessidades dos cooperados com a melhoria dos serviços prestados.

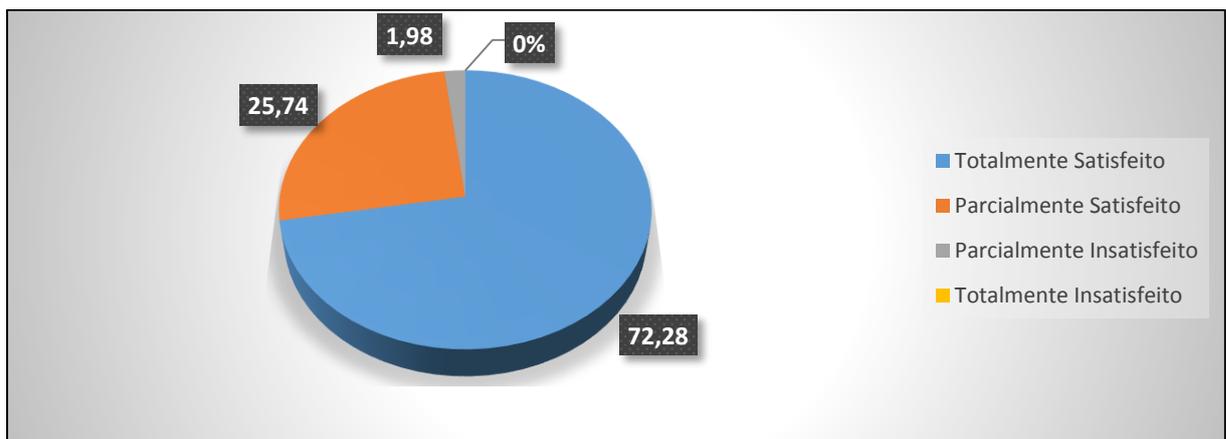
**Gráfico 7.** Percepção dos cooperados em relação ao entendimento sobre as informações no app e Caixa Eletrônico na Sicredi. Ipameri, GO.



Fonte: A pesquisa.

Apesar de algumas dificuldades enfrentadas pelo cooperados, 72,28% estão totalmente satisfeitos com a rapidez do atendimento eletrônico (Gráfico 8). Fator importante, já que a lentidão reduz ainda mais o tempo, que já é escasso, dos cooperados para realizar outras atividades também importante no dia-a-dia. Uma pequena parcela dos entrevistados estão parcialmente insatisfeito, sendo 1,98%, o gestor deve interpretar como uma oportunidade para melhoria de seus serviços, já que é necessário a luta constante para disponibilizar serviços com qualidade para sair a frente de seus concorrentes e atrair novos clientes.

**Gráfico 8.** Em relação a rapidez do atendimento eletrônico (app e caixa eletrônico) na Sicredi. Ipameri, GO.

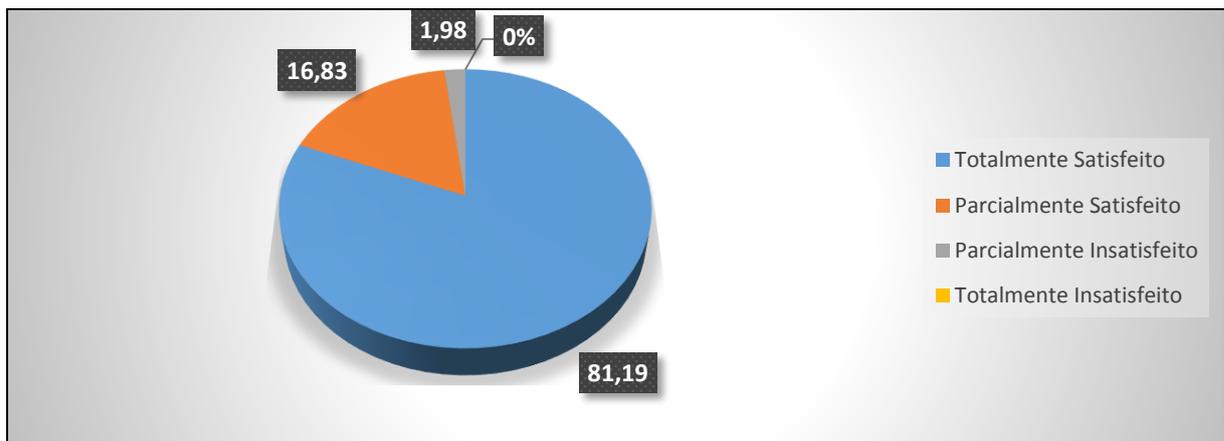


Fonte: A pesquisa.

A cooperativa Sicredi tem apresentado junto aos seus clientes um atendimento de boa qualidade onde 81,19% dos entrevistados estão totalmente satisfeitos e 16,83% estão parcialmente satisfeito (Gráfico 9). Uma pequena quantidade de pessoas apresentaram estar

parcialmente insatisfeito, sendo 1,98%. Um bom relacionamento entre a cooperativa e os cooperados é importante para mantê-los, além de proporcionar aos clientes a satisfação de fazer parte da cooperativa o que contribui na propaganda de “boca a boca” feito pelos próprios associados, já que 98,02% dos entrevistados afirmaram recomendar os serviços da Sicredi, aumentando mais ainda a possibilidade de novos associados.

**Gráfico 9.** Percepção dos cooperados em relação a qualidade do atendimento na Cooperativa Sicredi. Ipameri, GO.



Fonte: A pesquisa.

#### 4.3 Sugestões e Reclamações dos Associados

Dos cooperados entrevistados 22,77% quiseram expor sua opinião deixando sugestões e/ou reclamações, sendo elas:

“Mais rapidez no Caixa para atendimento; Disponibilidade do extrato anual pelo App e no site; Mais esclarecimento ao associado sobre os serviços prestados, tirando dúvidas quando necessário; Poderia ser revisto as funcionalidades do aplicativo, ele é simples porém oferece menos opções que aplicativos de outros bancos; Aumento do valor para saque diário com ou sem cartão pelo aplicativo; Não funcionam bem os comandos do Caixa Eletrônico; Não oferecem serviços para pessoas de baixa renda; Que aumentasse mais um caixa de atendimento rápido; Necessário frequente manutenção nos caixas eletrônicos;

Que disponibilize algum colaborador para auxiliar os associados quando for realizar depósito no caixa eletrônico ou não sabem usar o aplicativo; Demora no atendimento no Caixa; Disponibilidade de cartão de crédito sem anuidade para cooperados acima de 7 anos; Grato pelo atendimento; é muita burocracia para efetuar login, operação do layout do App (aparecer todas

as opções de configurações na tela); Os caixas eletrônicos deveriam ser mais eficaz e rápido; Parabéns a Cooperativa; Que continue com a qualidade no atendimento, principalmente com os idosos e produtores rurais; Que contratasse algum colaborador para auxílio dos idosos fora do horário de expediente de trabalho”.

Essas sugestões e reclamações contribuirá na melhoria da cooperativa caso seja levado em consideração. Apesar de ser um percentual baixo de cooperados que reclamaram são através deles que a percepção de melhorias acontecem para garantir e melhorar ainda mais a qualidade no atendimento e dos serviços prestados, muito importante para aumentar o relacionamento entre cooperativa e cooperados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o avanço da tecnologia e aumento nas exigências dos clientes os bancos, em geral, tem buscado oferecer serviços que atendam às necessidades e os desejos de seus clientes buscando a fidelização e aumento da quantidade de clientes disponível. Assim, as Cooperativas de créditos tem investido na sua tecnologia e qualidade no atendimento de maneira que seja um diferencial e mais atrativos para seus associados.

Logo, o objetivo geral do presente artigo foi identificar a percepção do cooperado em relação a qualidade do atendimento e ao uso das tecnologias adotadas pela Cooperativa Sicredi. Assim, o objetivo foi alcançado através de questionários, onde foi possível mensurar a satisfação na qualidade do atendimento e das tecnologias disponíveis na cooperativa.

Levar em consideração a opinião do associado é de suma importância, pois através deles que é possível realizar as melhorias necessárias de maneira que voltem a utilizar dos serviços e atrair mais clientes. O que contribui no desenvolvimento e crescimento da cooperativa.

Através da pesquisa foi possível identificar o nível de satisfação dos cooperados em relação aos serviços prestados, onde 73,27% afirmaram estar totalmente satisfeito, porém foi observado que o pós venda é realizado em pequena frequência, sendo que 47% dos entrevistados relataram que não foram procurados após aderirem algum serviço. O serviço de pós venda contribui na melhoria do relacionamento entre cooperados e cooperativas, pois é onde vão receber o feedback e, até mesmo, contribuir na adoção de novos serviços pelo cooperado.

Ao analisar a satisfação do cooperado em relação a qualidade do atendimento oferecido 81,19% estão totalmente satisfeito com a Cooperativa, mostrando que um dos principais motivos de utilizarem esses serviços é a boa qualidade do atendimento. Confirmando que o bom relacionamento mantido entre colaborador e associado deve ser conservado já que é um fator de grande relevância, onde o mau atendimento pode contribuir para deixarem de serem cooperados.

Em relação a rapidez do atendimento eletrônico 72,28% estão totalmente satisfeito, porém alguns cooperados evidenciam a necessidade de investir em mais colaboradores para atendimento no caixa rápido para melhor atendimento e rapidez.

Portanto, diante da pesquisa foi possível atingir o objetivo proposto no estudo, onde possibilitou tirar conclusões concretas e verdadeiras contribuindo para melhoria das estratégias que podem ser implementadas junto a cooperativa. Além de proporcionar informações

suficientes para os gestores saberem sobre as opiniões e satisfação dos cooperados contribuindo na melhoria do relacionamento entre ambos.

Uma oportunidade de melhoria no relacionamento e comunicação entre a Cooperativa e os associados é o feedback, realizar o pós vendas, demonstrar interesse sobre a opinião e/ou sugestão de cada um. Fator que contribuirá na melhoria e conhecimento sobre os produtos disponibilizados para os associados.

A cooperativa poderia analisar a possibilidade de serviços que atendam a classe mais baixa da população, já que muitos são funcionários de empresas que recebem um salário menor, além de alegarem que são obrigados pela empresa a associarem. Atender as necessidades dessa classe trabalhadora melhorará a satisfação deles em relação a cooperativa, além de atrair outros trabalhadores potenciais que poderão contribuir no crescimento e desenvolvimento da Cooperativa Sicredi.

Finalizando, ainda tem-se muito no que se pesquisar sobre o assunto aqui destacado, contudo, o presente artigo pode nortear futuras pesquisas em outras organizações a fim de esclarecer os pontos obscuros do tema abordado.

## 6. REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Cooperativismo de crédito: efeitos contraditórios de uma legislação restritiva**. In: SANTOS, C. A. (org.). Sistema Financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas. Brasília: Sebrae, p. 151-157, 2004.

ABNT NBR ISO 9001:2015. **Sistema de Gestão da Qualidade – Requisitos**. Disponível em: <[http://www.logfacilba.com.br/iso/iso2015\\_versao\\_completa.pdf](http://www.logfacilba.com.br/iso/iso2015_versao_completa.pdf)> acesso em 28 de maio de 2019.

ALONÇO, Guilherme. **Atendimento ao cliente: De quem é a responsabilidade?** 2017. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/atendimento-ao-cliente-de-quem-e-responsabilidade/>> acesso em 26 de maio de 2019.

ARAÚJO, Elisson Alberto Tavares; SILVA, Wendel Alex Castro. Cooperativas de crédito: a evolução dos principais sistemas brasileiros com um enfoque em indicadores econômico-financeiros. **Revista Contemporânea de Economia e Gestão**. 2011.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

AZEVEDO, Claudio Rosa; NOHANA, Juliana Jordan. **Monografia no curso de Administração**. São Paulo: Atlas. 2007.

BACEN, Faq. **Cooperativas de Créditos**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?cooperativasfaq>> acesso em 15 de maio de 2019.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O que é Cooperativa de Crédito**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cooperativacredito>> acesso em 10 de abril de 2019.

BANCO COOPERATIVO DO BRASIL - **BANCOOB**. Histórico. Disponível em: <<http://www.bancoob.com.br/?area=institucional&show=historico>> acesso em 12 de maio de 2019.

BANCO INVEST. **Mercado Monetário VS Mercado de Capitais**. Disponível em: <<https://www.bancoinvest.pt/mercados-e-research/learning-centre/mercado-monetario>> acesso em março de 2019.

BAVARESCO, Aline. **Política comercial Sicredi análise crítica da unidade 3: serviços complementares, relacionamento com clientes e programas de endomarketing** Chapecó – SC. 2017.

BERTOLO. **Matemática financeira1 mercado financeiro**. Disponível: <<https://www.bertolo.pro.br/AdminFin/AnalInvest/CAPITULO6.pdf>> acesso em 20 de abril 2019.

BORBA, José Edwaldo Tavares. Direito societário. 9ª. ed. Rio de Janeiro: **Renovar**, 2004.

BORDIM, Cassiano Fernando. **Análise do nível de satisfação dos associados: Um estudo na cooperativa de crédito Sicredi unidade de Porto Lucena e Porto Vera Cruz.** Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso. UNIJUÍ – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Santa Rosa, pg. 15. 2013.

CAVALCANTE, Francisco. **Mercado de Capitais.** 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

CAVALCANTE, Francisco. MISUMI, Jorge Yoshio e RUDGE, Luiz Fernando. Mercado de capitais-o que é, como funciona. 6a . ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.76es

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, R. Metodologia Científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHOWDHURY, Subir. **O sabor da Qualidade,** Tradução de Márcia Claudio Reynaldo Alves. 2. ed. Rio de Janeiro, 2006.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil.** 3. ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

CONEXÃO FINTECH. **O que é Fintech?, 2016.** Disponível em: <<https://conexaofintech.com.br/fintech/o-que-e-fintech/>> acesso em 10 de maio de 2019.

DIAS, Antônio Carlos de Lacerda. **Aplicação do Design Thinking na construção de um modelo de negócio para conectar Cooperativas de Crédito e Fintechs.** Disponível em: <[https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/4937/ANTONIO\\_DIAS\\_artigo\\_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/4937/ANTONIO_DIAS_artigo_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> acesso em 17 de maio de 2019.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA. **O que é CMN - Conselho Monetário Nacional.** Disponível em; <<https://blog.toroinvestimentos.com.br/cmn-o-que-e-conselho-monetario-nacional>> acesso em 01 de junho de 2019.

FERREIRA, Caroline Agostinho; PORTUGAL JUNIOR, Pedro Dos Santos; SILVA, Sheldon William; PORTUGAL, Nilton Dos Santos. **Novas evoluções do mercado de crédito: Uma análise sobre as Fintechs.** Anais do VI SINGEP. São Paulo – SP. Brasil, 2017.

FGCOOP. **Fundo Garantidor do Cooperativismo de Crédito.** Relatório Anual do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo- SNCC- 2016. Disponível em: < m > acesso em 28 de maio de 2019.

FORTUNA, Eduardo. Mercado Financeiro. Produtos e Serviços. 15ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GERIZ, S. D. As cooperativas de crédito no arcabouço institucional do sistema financeiro nacional. **Revista Prima Facie,** v. 3, n. 4, jan./jun. 2004.

GOMES, Bruno Aparecido Cardoso. **Os quatro tipos de mercado no sistema financeiro.** Belo Horizonte. 2014.

GRADUAÇÃO INVESTIMENTO. **Introdução aos Mercados e Instrumentos Financeiros**. Disponível em: <<https://epge.fgv.br/we/Graduacao/Investimentos/2010?action=AttachFile&do=get&target=UnidadeI.pdf>> acesso em 27 de maio de 2019.

GRONROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 5ª Ed., Rio de Janeiro. Ed. Campus 1999.

GUERRA, Nelson. **Conhecimentos bancários mercado de câmbio**. 2012

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 7 ed. São Paulo: Atlas. p. 24. 2008.

JONAS, Michael. R.; KING, Sharmila. K. Bank efficiency and the effectiveness of monetary policy. **Contemporary Economic Policy**, v. 26, n. 4, pp. 579-589, 2008.

LARSON, A. D. **Estatística Aplicada**. 2ª. Ed. Atlas, 2004.

MARR, Bernard. **The Complete Beginner's Guide To FinTech In 2017**. 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2017/02/10/a-complete-beginners-guide-to-fintech-in-2017/#73dcda203340>> acesso em 15 de março de 2019.

MARTINS, Danylo. **Mercado financeiro: o que é isso?** Vérios Blog. 2017. Disponível em: <<https://verios.com.br/blog/mercado-financeiro-o-que-e-isso/>> acesso em março de 2019.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. Ed. Atlas. 1996.

MEARIAN, Lucas. **What is FinTech (and how has it evolved)?, 2017**. Disponível em: <<https://www.computerworld.com/article/3225515/financial-it/what-is-fintech-and-how-has-it-evolved.html>> acesso em 10 de maio de 2019.

MEIRELLES, Fernando de Souza. **TI nos Bancos: Panorama e Evolução dos Investimentos**. In: FONSECA, Carlos Eduardo Corrêa da; MEIRELLES, Fernando de Souza; DINIZ, Eduardo Henrique. Tecnologia Bancária no Brasil – Uma História de Conquistas, Uma Visão de Futuro. 1a ed. São Paulo: FGV RAE, P. 420. 2010.

MELONI, Márcio. **Impulso ao microcrédito**. Disponível em: <<http://www.portaldocooperativismo.org.br/sescoop/comunicacao/artigos/artigo.asp?IdArtigo=101>> acesso em 26 de maio de 2019.

MERCADO DE VALORES. Disponível em: <<http://mercado-de-valores.info/sistema-financeiro-nacional.html>> acesso em 10 de maio de 2019.

MORAES, Pedro Paulo Costa. **Cooperativismo de crédito: uma análise do SICOOB Planaltina – DF**. Universidade de Brasília, Faculdade de planaltina, 2013.

O' BRIEN, James A. **Sistemas de Informações: e as decisões gerenciais na era da Internet**. São Paulo: Saraiva, 2001.

PAGNUSSATT, Alcenor. **Guia do cooperativismo de crédito – organização, governança e políticas corporativas**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2004.

PINHEIRO, Cláudia Novaes; MENDES FILHO, Luiz Augusto Machado. Tecnologias no Sistema de Auto-Atendimento Bancário: um estudo de caso sobre a satisfação do cliente. **Revista da FARN**, Natal, v.3, n.1/2, p. 23 - 43, jul. 2003/jun. 2004.

PINHEIRO, Marcos Antônio Henriques. **Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil**. 6 ed. – Brasília: BCB. p. 92. 2008.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Mercado cambial: o que é**. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/contabilidade/mercado-cambial-o-que-e/54887>> acesso em 28 abril 2019.

SANTANA, Fernanda Aparecida Souza; PEREIRA, Vanessa da Silva; LEITE, Cesar Eduardo; DANIEL, André Lacerda; ANTUNES, Marcos Aurélio. **Gestão De Qualidade No Atendimento Aos Clientes De Micro E Pequenas Empresas**. XII SEGET- Simpósio de Excelência de Gestão e Tecnologia. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/27122320.pdf>> acesso em 27 de maio de 2019.

SCHARDONG, Ademar. **Cooperativa de crédito: instrumento de organização econômica da sociedade**. 2 ed. Porto Alegre: Rigel, 2003.

SELAN, Beatriz. **Mercado Financeiro**. UniSEB- Centro Universitário. Editora Universidade Estácio de Sá. Estácio. pg. 13, 2015.

SENADO. **Atividade Legislativa**. Disponível em: <[https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988\\_14.12.2017/art\\_192\\_.asp](https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_14.12.2017/art_192_.asp)> acesso em 10 de março de 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SHIOZAWA, Ruy S. C. **Qualidade no atendimento e tecnologia da informação**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1993.

SICOOB. História do SICOOB. Disponível em: < <https://www.bancoob.com.br/historia>> acesso em 27 de maio de 2019.

SICREDI. **Tecnologia para o relacionamento com o associado**. Disponível em: <<https://cooperativismodecredito.coop.br/2016/05/tecnologia-para-o-relacionamento-com-o-associado/>> acesso em 21 de maio de 2019.

SICREDI. **Estrutura do SICREDI**. Disponível em: <<https://www.sicredi.com.br/html/conheca-o-sicredi/quemsomos/>> acesso em 18 de maio de 2019a.

SICREDI. Disponível em: <<https://www.sicredi.com.br/html/planaltocentral/sobre/historico/>> acesso em 18 de maio de 2019b.

SILVA, Adelphino Teixeira. **Economia e mercados**. 17 ed. São Paulo: Atlas. 1985.

SILVA, Plinio Marcos De Sousa. **Mercado de capitais: sistema protetivo dos interesses coletivos dos investidores e consumidores**. Dissertação Mestrado em Direito da Universidade de Ribeirão Preto – UNAERP. 2008.

SILVA, Sheldon William; GONÇALVES, Jackson Eduardo; SOUZA, Daniel Viafora Ribeiro; PEREIRA, Wariston Fernando; FONSECA, Letícia Rodrigues da. O Sistema Financeiro Nacional Brasileiro: Contexto, Estrutura e Evolução. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, Três Corações, v. 14, n. 1, p. 1015-1029. 2016.

SPAREMBERGER, Ariosto; ZAMBERLAN, Luciano. **Vendas: Fundamentos e relacionamento com os clientes**. Ijuí. Editora Unijui, 2011.

THOMAS, Hernán. **Tecnologías para la inclusión social en América Latina: de las tecnologías apropiadas a los sistemas tecnológicos sociales. Problemas conceptuales y soluciones estratégicas**. 2012. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/268444428\\_Tecnologias\\_para\\_la\\_inclusion\\_social\\_en\\_America\\_Latina\\_de\\_las\\_tecnologias\\_apropiadas\\_a\\_los\\_sistemas\\_tecnologicos\\_sociales\\_Problemas\\_conceptuales\\_y\\_soluciones\\_estrategicas](https://www.researchgate.net/publication/268444428_Tecnologias_para_la_inclusion_social_en_America_Latina_de_las_tecnologias_apropiadas_a_los_sistemas_tecnologicos_sociales_Problemas_conceptuales_y_soluciones_estrategicas)> acesso em 20 de março de 2019.

VILELA, Dirley Lemos; NAGANO, Marcelo Seido; MERLO Edgard Monforte: Aplicação da análise envoltória de dados em cooperativas de crédito rural. **Rev. adm. contemp.** vol.11 no.spe2. Curitiba. 2007.

WALD, Arnold. Trinta anos da lei do mercado de valores mobiliários no Brasil. **Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais** n. 34 out-dez/2006. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

WALKER, DENIS. **O Cliente em Primeiro Lugar: O atendimento e a satisfação do cliente como uma arma poderosa de fidelidade e vendas**. São Paulo, Makron, 1991.

ZENONE, Luís Cláudio, **Gestão estratégica de marketing**, 1 ed. São Paulo, Atlas, 2011.

## APÊNDICE

Você está sendo convidado (a) participar de uma pesquisa acadêmica elaborada pelas discentes do Instituto Federal Goiano- Campus Avançado Ipameri, com o objetivo de identificar a percepção do cooperado em relação a qualidade do atendimento e ao uso das tecnologias adotadas pelo setor.

Assim, você fica livre para responder e deixar de responder qualquer questão da referida pesquisa. E ainda poderá a qualquer momento deixar de participar sem nenhum tipo de sanção ou prejuízo.

Discentes: Dayane Souza e Patrícia Vaz

### Questionário

#### 1-Sexo

Feminino  Masculino

#### 2- Idade

até 20 anos  41 a 50 anos  
 21 a 30 anos  51 a 60 anos  
 31 a 40 anos  mais de 60 anos

#### 3- Estado Civil

solteiro  separado  
 noivo  viúvo  
 casado  Outros: \_\_\_\_\_

#### 4- Cidade em que reside?

---

#### 5-Qual sua renda atual?

até 1.497,00  2.995,00,00 a 3.992,00  
 1.498,00 a 1.996,00  3.993,00 a 4.990,00  
 1.997,00 a 2.994,00  mais de 4.991,00  
 Não possui renda

#### 7- Qual sua profissão?



- Qualidade no atendimento                       Indicação de algum amigo  
 Amizade com os colaboradores                       Local em que a Sicredi está instalada  
 Tarifas e taxas menores                       Participação nos lucros  
 Produtos e serviços diferenciados                       Outros:\_\_\_\_\_

13- Em relação aos produtos e serviços prestados:

- Totalmente Satisfeito  
 Parcialmente Satisfeito  
 Parcialmente Insatisfeito  
 Totalmente Insatisfeito

14- Após adquirir um produto Sicredi (empréstimos, seguros, cartão) algum colaborador lhe contou para saber sua opinião sobre o produto utilizado?

- Sim                                       Não

15- Em relação a tecnologia disponibilizada pela cooperativa, você tem acesso ao aplicativo Sicredi?

- Sim                                       Não

Caso a resposta seja afirmativa, informe qual o motivo que o leve a utilizar o aplicativo?

---



---



---



---



---

16- Você acha o aplicativo de fácil manuseio e entendimento?

- Sim                                       Não

Caso seja a resposta negativa, qual a sua maior dificuldade? Já obteve ajuda para acessar o aplicativo?

---

---

---

---

17- Em relação ao Caixa eletrônico, quando utilizou esse Serviço, teve alguma dificuldade?

Sim                       Não

18- Quantas vezes? Algum cooperado ajudou a solucionar o problema? Quem?

---

---

19- Acha necessário auxílio para manuseio do caixa eletrônico, aplicativo Sicredi e retirada de senha para atendimento?

Sim                       Não

20- Na tela do app e caixa eletrônico é de fácil entendimento as informações?

Sim                       Não                       Às vezes                       Me deixa confuso

21- Quanto a rapidez do atendimento eletrônico( app, caixa eletrônico), você está:

- Totalmente Satisfeito
- Parcialmente Satisfeito
- Parcialmente Insatisfeito
- Totalmente Insatisfeito

22- Como você percebe em relação a qualidade do atendimento em que é oferecido pela cooperativa, você está:

- Totalmente Satisfeito
- Parcialmente Satisfeito
- Parcialmente Insatisfeito
- Totalmente Insatisfeito

23- Você recomendaria os serviços disponibilizados pelo Sicredi?

Sim

Não

24- Gostaria de deixar alguma sugestão ou reclamação?

---

---

---

---

---

---

---

---