

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO

SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA

MBA ESTRATÉGIAS COOPERATIVAS

Ênfase em Negócios e Finanças

JULIA CRISTINA HARDT

**GERENCIAMENTO DIGITAL: Gerenciamento financeiro através dos canais
digitais**

Rio do Sul /SC

2020

JULIA CRISTINA HARDT

**GERENCIAMENTO DIGITAL: Gerenciamento financeiro através dos canais
digitais**

Plano de negócios apresentado ao curso de MBA Estratégias Cooperativas – Ênfase em Negócios e Finanças da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como requisito para conclusão do curso.

Prof(a) Orientador(a). Ms. Esp. JULCINEI RISSI.

Rio do Sul/SC

2020

CARTA DE ABERTURA

O projeto deste trabalho é destinado a banca avaliadora do TCC do curso de MBA Estratégias Cooperativas – Ênfase em Negócios e Finanças da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO e a Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária de Apiúna, Cresol Apiúna, com objetivo de criar uma ferramenta que auxilie os processos do dia a dia e o relacionamento com o sócio.

Estamos em uma era globalizada em que a internet e os recursos digitais avançam cada dia de maneira surpreendente, a nova geração de trabalhadores, empresários e agricultores difere das gerações anteriores, exige praticidade, tem conhecimentos variados e cobra evolução das instituições. Visando acompanhar a evolução do mercado e favorecer nosso público-alvo o projeto em questão oferece uma ferramenta de atendimento online, de fácil acesso e com possibilidade de análise específica e cautelosa. Proposta essa que beneficiaria a cooperativa e atenderia um nicho ainda não explorado, sócios que não movimentam ou ainda nem tem conta pois optam pelas instituições financeiras online.

O projeto em questão apresenta um atendente virtual financeiro, o qual analisa o perfil do associado e suas movimentações financeiras, aconselha e orienta, sugere as alternativas para cada necessidade que o sócio possa ter e também oferta oportunidades que convém ao perfil do sócio.

Para implantação do processo seria necessário treinamento de um colaborador responsável que inicialmente poderá ser um por singular atendendo todas unidades pertencentes e limitando a 250 sócios por carteira “digital”, com metas baseadas nos números já existentes e remanejamento interno.

FOLHA DE ROSTO

COOPERATIVA DE CRÉDITO RURAL COM INTERAÇÃO SOLIDÁRIA - CRESOL
APIÚNA /CENTRAL SICOPER/CONFEDERAÇÃO, ETC.:

ENDEREÇO: RUA JOINVILLE, Nº 336, CENTRO, APIÚNA/SC

TELEFONE: (47) 3300-0594

PRODUTOS E SERVIÇOS: FINANCEIROS

RAMO DE ATIVIDADE: COOPERATIVA DE CRÉDITO

PESSOA RESPONSÁVEL: LEANDRO LINHARES DIRETOR PRESIDENTE

LOCAL E DATA: RIO DO SUL, 30/04/2020.

SUMÁRIO

1 RESUMO EXECUTIVO	2
2 A COOPERATIVA/CENTRAL/CONFEDERAÇÃO OU OUTRA E O SEU PRODUTO/SERVIÇO OU MELHORIA DE PROCESSO DE GESTÃO	3
3 O PROJETO	5
3.1 Características Gerais.....	5
3.2 A Análise de Mercado.....	5
3.3 Tamanho e Localização.....	6
3.4 Aspectos Tributários do Projeto.....	7
4 ORÇAMENTO E ESTRUTURA DE CAPITAL	8
5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO	9
5.1 Demonstração de Resultados.....	9
5.2 Análise de Viabilidade Econômica.....	10
6 OBSERVAÇÕES FINAIS	12
7 DOCUMENTOS COMPLEMENTARES	13
8 REFERÊNCIAS	14

1 RESUMO EXECUTIVO

Atualmente a Cresol Apiúna possui 4 postos de atendimentos e está estruturando o 5º, com 15 anos desde sua constituição a singular tem 3.541 associados, instalada nos municípios de Apiúna, Presidente Nereu, Lontras, Rio do Sul e Indaial, possui R\$ 54.196.950,50 Ativos totais, vem evoluindo consideravelmente nos últimos anos e possui prospecção de crescimento considerável.

Considerando o cenário atual podemos afirmar que o mercado digital faz parte do nosso dia a dia, de uma maneira ou de outra, mudou a forma que pedimos comida, que fazemos reuniões, e também a forma como atuamos com instituições financeiras, visto isso temos um público-alvo ainda não atendido completamente neste segmento em nossas instituições, visto que oferecemos o serviço de internet banking convencional, e não apresentamos um diferencial competitivo. Analisando essa circunstância este projeto apresenta a proposta de implantação de um Gerente/ Assistente Financeiro Digital, o qual seria constituído por um funcionário já integrante, o qual seria treinado e fará o atendimento de forma digital, o custo da implantação seria o de ajustes dentro da plataforma já existente do site por onde o cooperado acessa a conta, o qual disponibilizaria uma ferramenta de chat e os produtos oferecidos seriam assinados de forma digital pela senha eletrônica.

2 A COOPERATIVA/CENTRAL/CONFEDERAÇÃO OU OUTRA E O SEU PRODUTO/SERVIÇO OU MELHORIA DE PROCESSO DE GESTÃO

A Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária de Apiúna, Cresol Apiúna, filiada a Central Sicoper fundada em 30/11/2004, no município de Apiúna/SC, com atividade econômica principal Cooperativa de Crédito, onde trabalha com produtos e serviços de cunho financeiro; tem atualmente 4 postos de atendimento abertos nos municípios de Apiúna, Presidente Nereu, Lontras e Rio do Sul e está em processo de abertura de um posto de atendimento no município de Indaial. Em torno de 80% dos associados movimentam suas contas através das agências físicas, apesar de termos uma grande evolução em pagamentos e movimentações pelo internet banking, o perfil do nosso cooperado ainda é de fazer negócios na unidade física, outro dado importante considerando todas as contas existentes é que nossos cooperados têm idade superior a 30 anos, o que demonstra que temos um nicho de mercado ainda não explorado. O público jovem e recém adaptado ao mercado de trabalho, entre 18 e 30 anos vem de uma geração mais voltada a tecnologia e a praticidade; pedimos comida pelos aplicativos, remédios, conversamos com parentes ou amigos do outro lado do mundo; as possibilidades são infinitas e nesse ramos as instituições financeiras tem ganhado espaço e lucrado muito, redes de cartão de crédito, empréstimo rápido e fácil atrai esse público que acaba movimentando a conta cada dia mais.

O projeto apresentado é implantação de um atendente virtual, que seria um colaborador treinado para atender sócios com perfil e interesse neste tipo de atendimento. O processo tem como ideia inicial implantação de uma pessoa para singular toda, atendendo as 5 unidades, a qual ficará fisicamente locada na unidade de Rio do Sul, no endereço Alameda Aristiliano Ramos, nº 1144, sala 01, Centro, município de Rio do Sul/SC.

O intuito é ter um funcionário da cooperativa treinado e com conhecimento de produtos e serviços que possa analisar a conta do associado do ponto de vista financeiro e indicar os melhores produtos e serviços que este pode optar. Direcionar as melhores opções quanto a contratação de crédito, aquisição de produtos, aplicações financeiras.

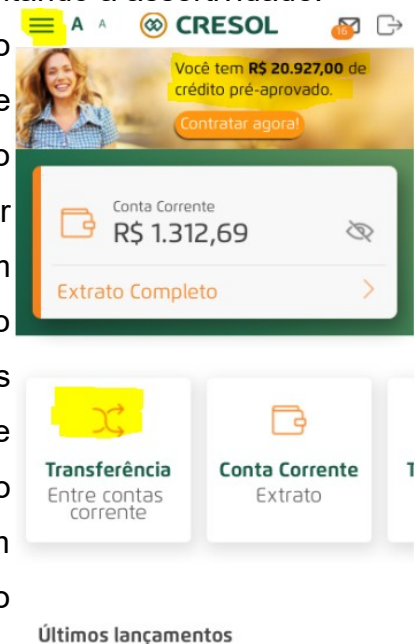
3 O PROJETO

3.1 Características Gerais

O serviço do projeto: Atendente Virtual apresenta vantagens de aproveitar as estruturas já existentes, como espaço físico, colaboradores já existentes na unidade, site já em funcionamento e materiais disponíveis: internet, computador, etc., apresenta também uma vantagem competitiva de ser implantado no nicho de cooperativas sendo um diferencial nos serviços ofertados. Nas Fraquezas do projeto está os recursos dentro do site que precisam ser melhorados e aprimorados, podendo caso necessário fazer novos investimentos financeiros em tecnologia. Porém projetando e investindo nesse meio estaremos a frente dos concorrentes e atingiremos um nicho de clientes que hoje não está dentro das cooperativas. Como ameaças temos outras instituições que já estão nesse mercado a mais tempo, tendo experiência e informações que ainda não temos.

Ofertando este processo aos consumidores finais teremos as mesmas metas de atendimento das carteiras físicas, com um custo menor, devido a facilidade do atendimento, e reduzindo gastos com visitas, impressões e demais gastos gerados no atendimento presencial, além de agregar renda pois ao efetuar o atendimento virtual o analista faz um estudo apurado do perfil do sócio e identifica quais seus potenciais produtos e serviços a serem ofertados, aumentando a assertividade.

A Funcionalidade do projeto se daria através do site e do aplicativo já existentes, da mesma forma que temos o destaque sobre o crédito pré-aprovado e o menu de funcionalidades este projeto pretende conceder acesso a todos os produtos e serviços através de um chat com um assessor online, na primeira fase do projeto um colaborador da cooperativa fará contato com os associados já existentes, através de ligações, e-mail e mensagens sugerindo e atuando como gerente do mesmo, atendendo e tirando as dúvidas e orientando em como formalizar as operações pelas respectivas abas do seu acesso virtual, na segunda fase do projeto pretende-



se ampliar as ofertas de produtos e serviços pelo acesso virtual e até expandir, por exemplo, o cooperado deseja aumentar o limite do cartão de crédito ele solicita pelo chat para o colaborador, que orienta o mesmo a formalizar o pedido pelo menu de funcionalidades e autenticando pela senha de internet banking. Para os novos sócios no site seria habilitado uma opção de abertura de conta onde o sócio faz um cadastro completo e anexa fotos dos documentos originais, uma foto tirada no ato do cadastro dentro do site e as assinaturas feitas digitalmente, a solicitação da abertura da conta segue para cooperativa em análise, que depois de feita as verificações autoriza ou não a abertura da conta e na sequência autoriza a movimentação. Segunda fase está que necessitará de recursos e adaptações que inicialmente não são necessários.

3.2 A Análise de Mercado

Segundo a reportagem de Bruna Furlani em Janeiro de 2020 “o Número de bancos digitais no Brasil cresce 147% entre os anos de 2017 e 2018”, podemos observar que esse mercado vem ganhando adeptos velozmente. Ainda na mesma reportagem ela destaca:

E um dos principais atrativos dos bancos digitais está no crédito. Para 54% dos entrevistados, a isenção de anuidade e juros, além de taxas mais baixas em relação aos bancos tradicionais é vista como um dos principais atrativos para usuários de cartões de crédito de fintechs e bancos digitais. Na sequência, 49% dos participantes apontaram a vantagem de resolver tudo pelo celular sem burocracias como um dos pontos mais positivos dos bancos digitais.

Considerando a redução com as despesas de manter unidades físicas, áreas de atendimento que precisam seguir uma série de regras, precisa ter o conceito estético e despesas de manutenção, como água, energia elétrica, o próprio “cafézinho” servido no dia a dia, dentre todos os demais custos existentes. Ainda podemos relatar considerando a reportagem que cita “sem tarifa e sem anuidade” porém não considera a taxa de juros, que acaba sendo sucumbida pela praticidade,

limites autos e reajustáveis como forma de bonificação aos clientes que mantêm seus pagamentos em dia.

Segundo Bruna Furlani, (Janeiro,2020)

O Nubank, por exemplo, já tem possui quase 20 milhões de clientes e consegue fazer com que a sua base cresça a um ritmo médio de 50 mil novos cadastros por dia. E ele quer crescer ainda mais. Não é à toa que anunciou no começo desta semana um acordo para contratar a equipe de projetos da Consultoria Plataforma Tec e reforçar seu time de engenharia de software e especialista em metodologias ágeis. O Inter, por sua vez, também está a todo vapor. No fim de dezembro do ano passado, a companhia anunciou que atingiu a marca de 4 milhões de clientes de sua conta digital sem tarifas.

O marketing desses produtos é baseado também nas mídias sociais, “blogueiras”, atores, famosos da mídias aparecem usando os produtos que geralmente possui características marcantes, como cores diferentes e atendimento personalizado, apesar de o atendimento não ser presencial as empresas fazem o possível para manter uma conexão.

Conforme Tássia Kastner, na reportagem da Folha de São Paulo (Junho de 2019):

São Paulo – Para as marcas, em pleno 2016, interagir com clientes nas redes sociais e estar por dentro dos “memes do momento” não é mais opcional. Uma boa resposta aos consumidores sempre com bom humor) é sinônimo de viralização na internet e sucesso. Assim fez o Nubank, que estava de olho em uma das páginas que mais fazem sucesso atualmente entre os brasileiros, a Catiore Reflexivo (com impressionantes 1,7 mi de fãs). Um cliente, Walter, mandou a sua história para a empresa: sua cachorra Belinha tinha mastigado o seu cartão de crédito. A Nubank, atenciosa, mandou uma carta escrita à mão. No texto, usando a expressão “catoria” (cachorra), como nos memes. Junto, enviou um cartão de crédito novo (o pedido básico do cliente, claro) e um presente roxo para a Belinha (esse, um grande “extra”). O gesto não passou despercebido pelo cliente, que enviou história e fotos à página Catiore Reflexivo. “A Belinha comeu o cartão de crédito. O Walter, tutor dela, explicou a situação pra operadora do cartão e eles mandaram um presentíneo. Hahaha”, escreveu a página. O post da página, então, atingiu 48 mil curtidas e mais de cinco mil compartilhamentos. Nos comentários, só elogios para o atendimento ao cliente da Nubank. “Acompanhado de um cartão escrito à mão ainda por cima. Como não amar vocês? Impossível!”, disse um usuário. “Tá vendo o diferencial deles... os

caras são humanos em todas as situações. Resolvem tudo com educação e cordialidade. Incrível!!!”, escreveu outro. A Nubank, além de responder cada elogio, ainda postou a história em sua página: “Esperamos que a Belinha tenha adorado o nosso presente e que não precise mais comer roxinhos por aí!”, escreveu.

O intuito desse relacionamento é facilitar os contatos e os acessos de um nicho de mercado que ainda não abrangemos dentro das cooperativas, que pode incrementar a receita e estimular a adaptação dos processos tecnológicos, nos colocando um passo a frente.

3.3 Tamanho e Localização

O projeto apresentado é implantação de um atendente virtual, que seria um colaborador treinado para atender sócios com perfil e interesse neste tipo de atendimento. O processo tem como ideia inicial implantação de uma pessoa para singular toda, atendendo as 5 unidades, a qual ficará fisicamente locada na unidade de Rio do Sul, no endereço Alameda Aristiliano Ramos, nº 1144, sala 01, Centro, município de Rio do Sul/SC.

3.4 Aspectos Tributários do Projeto

Quanto aos aspectos tributários permanece a mesma existente visto que os produtos e serviços ofertados são os mesmos, apenas oferecidos de forma diferenciada.

4 ORÇAMENTO E ESTRUTURA DE CAPITAL

A estrutura seria utilizada a existente dentro da cooperativa, sendo que os gastos seriam futuros com melhorias dentro do sistema de acordo com a necessidades identificadas.

Considerando a estrutura existente estimasse um custo mensal de R\$ 5.000,00, com salário, internet, energia elétrica, depreciação dos bens de uso.

5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Projeta-se um rendimento para carteira baseado nos perfis dos sócios existentes com resultado de R\$ 20.000,00 bruto, inicial, sendo que deduzindo os custos mensais, impostos e novos investimentos, o resultado líquido estimado R\$ 10.000,00.

5.1 Demonstração de Resultados

Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária de Apiúna

Balço patrimonial em 31 de dezembro

Em milhares de reais

Ativo	2019	2018	Passivo	2019	2018
Circulante	23.327	20.175	Circulante	29.994	23.593
Disponibilidades (Nota 6)	86	81	Depósitos (Nota 13)	24.413	19.294
Títulos e valores mobiliários (Nota 7)	884	616	Depósitos à vista	2.236	1.995
Relações interfinanceiras (Nota 8)	6.532	8.904	Depósitos a prazo	22.177	17.299
Operações de crédito (Nota 9)	14.273	9.481	Relações interdependências	84	40
Outros créditos (Nota 10)	979	1.006	Obrigações por empréstimos e repasses (Nota 14)	4.904	3.822
Rendas a receber	113	217	Outras obrigações	593	437
Diversos	866	789	Tributos e assemelhados	14	4
Outros valores e bens (Nota 11)	573	87	Sociais e estatutárias	101	44
			Fiscais e previdenciárias	76	49
			Diversas (Nota 15)	402	340
Realizável a longo prazo	19.784	11.591	Exigível a longo prazo	8.990	5.587
Operações de crédito (Nota 9)	19.784	11.591	Obrigações por empréstimos e repasses (Nota 14)	8.990	5.587
Permanente	2.287	1.619	Patrimônio líquido (Nota 17)	6.414	4.205
Investimentos (Nota 12)	843	845	Capital social	5.535	3.547
Imobilizado de uso	1.444	774	Fundo de reserva	697	548
			Sobras acumuladas	182	110
Total do ativo	45.398	33.385	Total do passivo e do patrimônio líquido	45.398	33.385

Demonstração de sobras ou perdas Exercícios findos em 31 de dezembro

Em milhares de reais

	2019	2018
Receitas da intermediação financeira	4.996	3.460
Operações de crédito (Nota 9)	4.574	2.885
Receita de centralização financeira (Nota 8)	405	564
Receita com títulos e valores mobiliários	17	11
Despesas de intermediação financeira	(1.989)	(1.414)
Operações de captação no mercado (Nota 13)	(1.191)	(956)
Operações de empréstimos e repasses (Nota 14)	(466)	(324)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa (Nota 9)	(332)	(134)
Resultado bruto da intermediação financeira	3.007	2.046
Outras receitas e despesas operacionais	(2.487)	(1.864)
Receitas de prestação de serviços (Nota 18)	998	677
Despesas de pessoal (Nota 19)	(1.733)	(1.250)
Despesas administrativas (Nota 20)	(1.136)	(905)
Despesas tributárias	(31)	(9)
Outras receitas operacionais (Nota 21)	343	159
Outras despesas operacionais (Nota 22)	(928)	(536)
Resultado operacional	520	182
Resultado não operacional	8	(12)
Resultado antes da tributação sobre lucro	528	170
Imposto de renda e contribuição social	(2)	-
Imposto de renda sobre a sobra líquida	(1)	-
Contribuição social sobre a sobra líquida	(1)	-
Sobras do exercício	526	170

Trabalhando com os dados já existentes da instituição, no primeiro semestralmente deste ano foi disponibilizado R\$ 2.144.348,00 em créditos pré aprovados no internet banking desses foram contratados R\$ 175.055,00, equivalente a 8,17%.

A estimativa de renda para o primeiro ano é chegar a 5% do resultado final, dentro deste resultado estima-se 180 novos sócios no ano, no segundo ano 10%, no terceiro 20% chegando a 30% nos próximos anos. O Foco da cooperativa continua sendo no bom relacionamento com o associado, mas entendemos que o público jovem tem uma demanda de tecnologia que se faz necessário uma atenção especial. Estimasse que os produtos e serviços serão fortalecidos pois com essa nova dinâmica de acesso o atendente virtual pode analisar o perfil do cooperado e ofertar direcionadamente de acordo com o perfil do cooperado, explicando as vantagens e comparativos.

6 OBSERVAÇÕES FINAIS

Em vista do projeto apresentado e considerando a análise de mercado pode-se perceber que o projeto é viável e ainda pode surpreender com sua rentabilidade, visto que é um público-alvo ainda é inexplorado nas cooperativas de crédito, que pode a médio e longo prazo ser uma das maiores fontes de receita da cooperativa.

Busca-se com isto ampliar a cooperativa, utilizando os produtos e serviços que já temos disponíveis, os quais serão colocados em evidência e atingiram um número maior de possíveis sócios. Este projeto pretende facilitar o uso da cooperativa para seus associados, otimizando tempo, disponibilizando ferramentas e um atendente com competência para analisar as oportunidades financeiras, demonstrando situações, produtos e serviços que beneficiam o sócio, seja a curto, médio ou longo prazo, compreendendo a real necessidade e aliando ao objetivo do mesmo. Além disso o benefício para cooperativa que economiza recursos, fideliza o cooperado e aumenta seus resultados pela renda dos produtos e serviços vendidos a um nicho de pessoas pouco explorado ou ainda sem o devido êxito.

Com o desenvolver do projeto podemos aprimorar e elevar as oportunidades, identificando as necessidades do mercado e dos cooperados, criando produtos e serviços com condições diferenciadas e beneficiando ambos os lados, fortalecendo acima de tudo o cooperativismo.

8 REFERÊNCIAS

CLEMENTE, Ademir, (org.) **Projetos Empresariais e Públicos**, 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FURLANI, Bruna. Números dos bancos digitais crescem 147% entre os anos 2017 e 2018. **Seu dinheiro**. São Paulo, 8 de jan. de 2020. Disponível em: [KASTER, Tássia. Por 6º lugar no país, bancos digitais acirram disputa com serviços gratuitos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 3 de jun. de 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/06/por-6o-lugar-no-pais-bancos-digitais-acirram-disputa-com-servicos-gratuitos.shtml>> Acessado em: 20 de jun de 2020.](https://www.seudinheiro.com/2020/economia/numero-de-bancos-digitais-no-brasil-cresce-147-entre-os-anos-de-2017-e-2018/#:~:text=N%C3%BAmero%20de%20bancos%20digitais%20no,anos%20de%202017%20e%202018&text=%C3%A3o%20%C3%A9%20de%20hoje%20que,%2C%20esse%20valor%20saltou%20147%25.&text=E%20um%20dos%20principais%20atrativos%20dos%20bancos%20digitais%20est%C3%A1%20no%20cr%C3%A9dito.> Acessado em: 19 de jun. de 2020.</p></div><div data-bbox=)

WOILER, Samsão. MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: Planejamento, Elaboração e Análise**. 2ª. Ed. Atlas: São Paulo, 2010.