

**ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE DE UTILIZAÇÃO DO *INTERNET*
BANKING NAS EMPRESAS COMO FORMA DE AUXÍLIO NO PLANEJAMENTO
ORÇAMENTÁRIO**

*Marília Ferreira Resende da Silva*¹
*Neuriana Vieira de Jesus*²
*Simone Teles da Silva Costa*³

RESUMO:

As inovações tecnológicas e o grande avanço que a internet teve nas últimas décadas revolucionaram o sistema financeiro. Os investimentos em tecnologia geraram redução de custos, vantagem competitiva e, conseqüentemente, maiores lucros. O presente estudo tem como função demonstrar como o *internet banking* contribui com a análise do planejamento orçamentário, aprimora os resultados e, conseqüentemente, contribui para o crescimento e fortalecimento do negócio, buscando a otimização dos processos. O presente trabalho foi realizado através da pesquisa bibliográfica qualitativa realizada através de artigos, livros, revistas e materiais disponíveis eletronicamente. Ressaltando a relevância da utilização do *internet banking* como ferramenta de viabilidade do planejamento orçamentário, torna-se possível não só entender o cenário econômico em que o negócio se encontra, mas também prever de forma segura como se encontra a vida financeira da empresa em longo prazo. Isso afeta direta e positivamente a produtividade, já que a tecnologia pode oferecer novas soluções para tornar esses processos mais eficientes, há também a redução dos custos, além de promover um alinhamento dos colaboradores através de uma padronização de comportamento e meios de execução, controle e monitoramento do planejamento orçamentário.

PALAVRAS-CHAVE: 1) Internet banking; 2) Planejamento Orçamentário; 3) Lucratividade.

ABSTRACT:

Technological innovations and the great advance that the Internet has made in recent decades have revolutionized the financial system. Investments in technology have led to cost savings, competitive advantage and consequently higher profits. The present study aims to demonstrate how internet banking contributes to the analysis of budget planning, improves results and, consequently, contributes to the growth and strengthening of the business, seeking to optimize processes. This work was carried out through qualitative bibliographic research carried out through articles, books, magazines and electronically available materials. Highlighting the relevance of using internet banking as a viable tool for budget planning, it becomes possible not only to understand the economic scenario in which the business is

¹ Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério - UNIFUCAMP, Contato: marilia.ferreira91@hotmail.com.

² Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério - UNIFUCAMP, Contato: neurianav.jesus@gmail.com.

³ Professora Mestre e Orientadora em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – UNIFUCAMP, Contato: simonetscosta@gmail.com.

located, but also to safely predict how the company's financial life is in the long run. . This directly and positively affects productivity, as technology can offer new solutions to make these processes more efficient, cost-effective, and employee aligned through standardized behavior and means of execution, control and monitoring of budget planning.

KEYWORDS: 1) Internet banking; 2) Budget Planning; 3) Profitability

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia de informação, segundo Porter e Millar (1985), tem modificado os processos produtivos das empresas e seus próprios produtos. De acordo com estes autores, também tem transformado os processos e as próprias empresas, sendo parte fundamental na definição das estratégias básicas de cada organização, tornando indispensável, que a difusão mais rápida e abrangente do seu uso tenha acontecido no ambiente de negócios.

O uso adequado da internet tem se tornado uma fonte-chave de produtividade e competitividade para todos os tipos de negócio. As empresas que utilizam a internet como uma mídia fundamental de comunicação e processamento de informação, caracteriza-se por adotar a rede como sua forma organizacional auxiliando assim na execução do planejamento orçamentário que se torna uma ferramenta necessária para reduzir os impactos no resultado financeiro das empresas.

O foco em manter ou aumentar a lucratividade é o que motiva e direciona os esforços em prever as contrariedades futuras e conseguir diminuir o que poderia ser a descontinuidade de um negócio. Com a utilização do *internet banking* como ferramenta de viabilidade do planejamento orçamentário, torna-se possível não só entender o cenário econômico em que o negócio se encontra, mas também prever de forma segura como se encontra a vida financeira da empresa em longo prazo.

Dessa forma, é simples decidir que passos precisam ser dados para desenvolver a empresa durante esse período. O planejamento orçamentário é uma das atividades mais importantes para a saúde financeira da empresa, pois toda organização tem como objetivo principal gerar lucros para seus sócios (BESSA, 2018). Portanto, todo negócio feito sem planejamento é uma tentativa sem base, ou seja, um tiro no escuro. Entretanto, quando utilizado de forma correta, ajuda o empresário a enxergar como será feita a aplicação de recursos para atingir objetivos dentro do próximo ano.

Em virtude da necessidade de controle e dados precisos em tempo real, cada vez mais tem crescido o número de empresas e pessoas que utilizam serviços bancários pela internet

por meio de uma página segura de banco. Tal avanço tem se dado devido às grandes mudanças econômicas, tecnológicas e no desejo dos consumidores. Essas mudanças têm colaborado com as necessidades das empresas em minimizar seus custos, reduzir tempo, garantir tomadas de decisões mais assertivas visando maximizar seus lucros.

O *internet banking* representa uma nova modalidade de comércio eletrônico, pelo qual o cliente, valendo-se da internet, tem acesso a vários serviços bancários para a realização de negócios e contratos eletrônicos, os quais, por sua vez, são definidos como contratos celebrados por meio de programas de computador ou aparelhos com tais programas, dispensando-se a assinatura codificada ou senha. (ESTRADA, 2005)

É possível realizar operações no *internet banking* com custos menores do que quando é realizado presencialmente numa agência, pois o banco consegue repassar a economia que é obtida, por exemplo, com a redução de pessoas e papéis, aumentando expressivamente os índices de eficiência. A preferência se justifica pela comodidade e conveniência de se estar em qualquer lugar e poder utilizar o serviço a qualquer hora para fazer pagamentos de contas, transferências de valores, contratarem empréstimos e consultar saldo em tempo real. Assim, isso se reflete no planejamento orçamentário das empresas.

Os bancos estão sempre em busca de fidelizar seus clientes através de facilidade e conveniência, sem deixar de lado a economia. Facilita na realização de operações bancárias trazendo a agência para casa ou escritório, reduzindo os custos das operações efetuadas junto ao banco, sendo esta uma forma de atrair seu público a utilizar este tipo de canal de atendimento, segundo a FEBRABAN⁴ (2008).

A redução de custos é uma considerável vantagem competitiva. Tendo em vista o grande investimento que os bancos estão fazendo em tecnologia nessa área, definiu-se como problema de pesquisa: de que forma a realização de transações financeiras via *internet banking* podem ser consideradas seguras e refletir em benefícios para as organizações, no que diz respeito ao planejamento orçamentário.

O objetivo geral é analisar como as operações via *internet banking* podem trazer benefícios às empresas se realizadas com segurança, visando seu bom desempenho, redução de tempo e serviço, riscos financeiros, além de almejar lucratividade das empresas. Já os objetivos específicos foram assim definidos: descrever o conceito e as utilidades do *internet banking*; examinar as diferentes operações do *internet banking* dentro da área financeira; enumerar os benefícios de utilizar o *internet banking* na área financeira da empresa; mensurar

⁴ FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos

os riscos e cuidados necessários no acesso ao *internet banking*; e, por fim, demonstrar os benefícios do uso do internet banking como planejamento orçamentário.

O presente estudo possui metodologia de pesquisa bibliográfica qualitativa realizada através de artigos, livros, publicados na internet e consulta em dados eletrônicos: livros, sites como o Google Acadêmico e o Scielo, os quais possibilitaram que este trabalho tomasse forma a partir de sua fundamentação.

Apresenta-se estruturado da seguinte forma: introdução; o referencial teórico; a metodologia; a discussão que apresenta a importância e os benefícios do *internet banking* no auxílio ao orçamento das empresas visando a lucratividade; e as considerações finais acerca do tema.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A internet e o *internet banking*

O fenômeno da internet já se configura como uma das grandes inovações tecnológicas e organizacionais no mundo empresarial deste século. O mundo onde vivemos, ficou do tamanho de uma caixa que hoje, já cabe dentro do nosso bolso. Roberto Franciscatto (2014) define a internet como o conjunto de redes de computadores que, espalhados por todas as regiões do planeta, conseguem trocar dados e mensagens utilizando um protocolo comum.

Já Ellsworth & Ellsworth (1996, in VIEIRA, VIANA e ECHEVESTE, 1999) define internet como uma imensa rede, composta por redes de computadores interconectados, que ligam pessoas em todo o mundo por meio de linhas telefônicas, satélites e outros sistemas de comunicações. Este protocolo compartilhado pela internet é capaz de unir vários usuários particulares, entidades de pesquisa, órgãos culturais, institutos militares, bibliotecas e empresas de todos os tipos em um mesmo acesso. A internet também possui um alcance e uma abrangência ímpar, podendo auxiliar inclusive em mídias eletrônicas e impressas, uma vez que uma informação pode ser acessada de qualquer lugar do mundo e a qualquer hora, por uma única pessoa (ELLSWORTH & ELLWORTH, 1996).

A Tecnologia de Informação (TI) tem crescido em uso e desenvolvimento de duas formas básicas: como resultado do aumento da complexidade relativa à informação nas empresas; e possibilitando processos, atividades, produtos e serviços, até então inviáveis com as tecnologias anteriores, constituindo-se em uma difusão desencadeada pelos

produtores de equipamentos e sistemas, por criarem necessidades e usos de seus produtos.

Com a crescente evolução da TI, o que era apenas uma função de suporte às tarefas administrativas, constitui hoje um componente estratégico de maior importância (MEIRELLES, 1992). Referindo-se a esse crescimento, Dern (1996 *apud* RAMOS, 1998) afirma que muitas organizações necessitam do acesso à internet, principalmente porque uma conexão com ela pode reduzir drasticamente o custo de acesso às informações e melhorar significativamente o desempenho operacional, no que concerne a serviços de informação e comunicação.

Segundo Albertin (2004, p. 30), “as organizações têm procurado um uso cada vez mais intenso e amplo da tecnologia de informação, utilizando-a como uma poderosa ferramenta empresarial, que altera as bases de competitividade estratégicas e operacionais da empresa”. As empresas buscam investir em tecnologia mais rápida, em vista do grande crescimento tecnológico que o mundo vem presenciando, é preciso reinvestir constantemente, buscando assim se colocarem em grau de competitividade com as demais empresas (ALBERTIN, 2004).

A indústria bancária costuma ser reconhecida como um dos setores da economia que mais se destacam no uso de tecnologia de informação. Há várias décadas, o setor bancário vem passando por uma trajetória de crescente investimento, incorporando em seus processos a tecnologia da informação, produtos e canais de distribuição, aumentando a eficiência operacional e agregando valor para os clientes (CERNEV, ADRIAN; DINIZ, EDUARDO; JAYO2009).

Diniz (1999) ressalta que com a evolução dos programas de *home banking* e o aumento de usuários uso da *web*, vem apresentando um novo grupo adepto da nova tecnologia do *internet banking*.

Segundo o Portal Brasil:

O objetivo é auxiliar os clientes a gerenciarem de forma eficiente suas finanças pessoais e facilitar o processo de análise cadastral por parte das instituições financeiras e melhorar a qualidade do crédito. Com a nova ferramenta, o consumidor não precisa mais se deslocar fisicamente até o banco para solicitar essas informações, que poderão ser consultadas em qualquer local, com as mesmas garantias de sigilo dos dados pessoais e segurança de identificação eletrônica utilizados atualmente pelos serviços de *Internet Banking* (PORTAL BRASIL, 2017, *on-line*).

O *internet banking* é definido como uma nova modalidade de comércio eletrônico, pelo qual o cliente, fazendo uso da *internet* acessa vários serviços bancários para a realização de negócios e contratos eletrônicos, os quais são celebrados por meio de programas de

computador ou aparelhos com tais programas através de uma assinatura codificada ou senha (GOMES, 2003).

Em sua pesquisa Hernandez e Mazzon (2008) apresentaram que a autoeficácia é um dos elementos que exercem maior impacto sobre a intenção do consumidor vir a usar o *internet banking*. Esse fator refere-se à confiança do indivíduo em utilizar de forma autônoma o *internet banking*, o que demonstra que o usuário visualiza a sua falta de habilidade como um fator de risco e interfere no seu desejo de utilizar esse serviço.

Segundo Ramos (1998), atualmente os bancos disponibilizam a maioria dos serviços que são prestados na agência por meio do *internet banking*, como: transferências; pagamentos; alteração de senhas; cadastramento de contas em débito automático; contratação de linhas de crédito e de seguros; desbloqueio de cartões; depósitos de cheque; consulta de fatura de cartão de crédito; aplicações e resgates de investimentos; consulta de extratos; consulta de comprovante; entre outros.

As agências bancárias, até pouco tempo, o principal símbolo da indústria financeira no imaginário do consumidor, vão aos poucos migrando algumas funcionalidades para novos canais – com destaque para os digitais. Com maior comodidade para efetuar transações (com e sem movimentação financeira) pelos canais digitais, as agências estão se transformando em locais especializados e voltados ao relacionamento e operações mais complexas (FEBRABAN, 2018). Esse movimento se soma a uma tendência de aquisições na indústria financeira, que leva a uma busca por mais eficiência nas operações físicas, e à abertura de agências digitais.

A Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN (2018) destaca que nesse cenário multifacetado, houve queda no número de agências, que passou de 23,4 mil em 2016 para 21,8 mil em 2017.

O presidente do Itaú, Roberto Setúbal, ressaltou que:

Com o uso do celular aumentando, há uma tendência de os clientes irem menos às agências, e com isso a gente está vendo essas situações que antes pareciam impossíveis [fechamento de agências próximas], afirmou o presidente do Itaú, Roberto Setubal, ao comentar o lucro de R\$ 23,35 bilhões do banco em 2016, o 2º maior já registrado no Brasil (ALVARENGA, 2017, *on-line*).

Desta forma, as agências bancárias buscam ganhar uma economia considerável com a redução de pessoal, gastos fixos e operacionais, agilidade em seus processos, maior credibilidade e confiabilidade oferecendo a seus clientes um portfólio maior de serviços e atendimento via internet (FEBRABAN, 2018). A principal preocupação dos bancos e usuários que efetuam transações financeiras por meio do *internet banking* é a segurança de

seus dados e transações financeiras.

O investimento anual dos bancos em sistemas de segurança eletrônica é de 19,5 bilhões de reais conforme pesquisa recente da FEBRABAN (2018). No entanto, mais do que investir em ferramentas de proteção, parte crucial do processo é orientação e educação do consumidor. De acordo com a FEBRABAN (2018), alguns cuidados são essenciais para utilizar com segurança o *internet banking*.

O banco nunca solicita a senha do cliente por e-mail ou telefone, somente informe seus dados de acesso, como número de conta e senha, no site seguro do banco, troque periodicamente sua senha de acesso ao banco na internet e utilize sempre senhas de bloqueio de uso do seu *smartphone*; mantenha os antivírus originais instalados no computador atualizados para ter acesso aos serviços bancários; nunca realize operações em equipamentos públicos, desconhecidos ou que não tenham antivírus atualizados; não utilize telefones de estranhos e de origem desconhecida para efetuar transações ou fazer ligações; ao ter seu telefone roubado, furtado ou perdido, informe imediatamente ao seu banco; fique atento ao acessar sua loja de aplicativos; evite obter aplicativos de origem desconhecida; não execute aplicações nem abra arquivos de origem desconhecida, eles podem conter vírus, que ficam ocultos para o usuário e permitem a ação de fraudadores sobre sua conta, a partir de informações capturadas após a digitação no teclado; não use redes *wireless (wi-fi)* desconhecidas ou em locais públicos para efetuar transações bancárias; em casa, mantenha sempre sua rede *wi-fi* protegida por senha; evite acessar o site dos bancos redirecionado por outros sites, como os de pesquisa; sempre acesse o site do banco diretamente pelo endereço do banco (www.nomedoseubanco.com.br); quando for efetuar pagamentos ou realizar outras operações financeiras, você deve certificar-se que está no site desejado, seja do banco ou outro qualquer, “clique” sobre o cadeado e/ou a chave de segurança que aparece quando se entra na área de segurança do site. Em geral, o ícone do cadeado aparece antes da URL do site que você está acessando.

O *internet banking* está ajudando muito num melhor serviço bancário, mas justamente o fato de fazer contratos entre pessoas que não se veem tira um pouco a credibilidade em determinados casos. Então, para isso, os bancos têm que continuar investindo na tecnologia da segurança eletrônica, inclusive na parte física das agências e evitar assaltos e apropriações indébitas da rede, dor de cabeça para muitas entidades financeiras obrigando-as a pagar indenizações que poderiam ser evitadas (MARQUES, 2002).

O *internet banking* pode ser caracterizado como um conjunto de soluções de autoatendimento desenvolvidas para oferecer aos clientes do banco um atendimento rápido, seguro e com total disponibilidade de horário e formas de acesso via internet. Suas principais vantagens são:

a) Facilitar as relações econômicas – do ponto de vista das vantagens do *internet banking*, talvez um dos aspectos mais importantes seja o fato de facilitar as relações econômicas com a entidade e terceiros (Nadeen, Abendin, Cerpa & Chew, 2018);

b) Comodidade – o principal atrativo de usar o *internet banking* é a praticidade. Em vez de ter que se deslocar até o banco, você pode resolver pendências sem sair de casa, e, entre as operações que você pode realizar pelo do *internet banking* estão: pagamento de contas; consulta do saldo; emitir 2ª via de comprovantes; transferências bancárias; aplicação em investimentos; solicitação de produtos ou serviços financeiros (como cartão de crédito, talão de cheques ou empréstimo).

c) Economia de tempo – um boleto bancário pode ser pago em poucos minutos quando você acessa a sua conta no *internet banking*. Sem essa ferramenta, seria necessário se deslocar até um banco, uma lotérica, posto de atendimento ou correspondente bancário e aguardar até a sua vez para ser atendido(a).

d) Além disso, deve-se considerar o horário do *internet banking*, poderá acessá-lo durante as 24 horas do dia, sete dias por semana, complementarmente e confortavelmente a partir de um computador em casa ou no escritório, sem pressões de tempo nem esperas desnecessárias. Dessa forma, você pode poupar um tempo precioso da sua rotina.

e) Economia de gasto operacional e com transporte – o *internet banking* conta com alguns custos de gerenciamento baixos, porém, as condições e as ofertas, como regra, são muito melhores. Assim, minimiza os custos de manutenção e as comissões serão bem mais baixas, de forma que poderemos tirar partido de uma conta *on-line*. Além de economizar o seu tempo, você também deixa de gastar com transporte. Não é necessário tirar o seu carro da garagem, deslocar um colaborador até ao banco, basta ligar o seu computador ou acessar o seu *smartphone* para resolver as pendências (SILVA J, OLIVEIRA F, 2006).

f) Auxílio na gestão financeira – se você enfrenta problemas para equilibrar as contas no final do mês, usar o *internet banking* permite ter mais controle sobre o seu saldo atual e fazer análises sobre novas compras. É muito rápido entrar no sistema para consultar as informações sobre a sua conta bancária.

g) Pagamento das contas antes do vencimento – o *internet banking* possibilita a

programação do pagamento de boletos e transferências futuras quando for viajar ou sair de férias com a família, evitando assim inadimplência ou atrasar seus pagamentos, porque não teve tempo de ir ao banco, certamente consegue imaginar a grande vantagem em utilizar o *internet banking* para fazer pagamentos. É possível tanto pagar boletos quanto realizar transferências bancárias para quitar os seus compromissos.

2.2 Planejamento orçamentário

O planejamento orçamentário se define em planejar as despesas, receitas, investimentos e custos que a empresa terá no futuro. O orçamento pode ser aplicado e bem-sucedido em qualquer ramo de atividade, contribuindo positivamente em termos administrativos, independente de seu porte e natureza (DUARTE, 2018)

Orçamento é a ferramenta de controle, segundo Padoveze (2015, p.31 apud STEDRY, 1999, p.22) diz ser “a expressão quantitativa de um plano de ação e ajuda à coordenação e implementação de um plano”.

Orçar significa processar todos os dados constantes do sistema de informação contábil de hoje, introduzindo os dados previstos para o próximo exercício, considerando as alterações já definidas para o próximo exercício. Portanto, o orçamento não deixa de ser uma pura repetição dos relatórios gerenciais atuais, só que com os dados previstos. (PADOVEZE, 2015, P.31)

Segundo Padoveze (2015), o processo de elaboração do orçamento possui três etapas essenciais que são previsão, reprojeção e controle. Previsão: esta fase engloba todo o trabalho de cálculo, onde é colocado no papel o que a empresa espera que aconteça no próximo exercício, onde elabora os quadros orçamentários. Esta fase deve ser iniciada aproximadamente seis meses antes do exercício a ser orçado, nela então se verifica as condições políticas e econômicas do mercado, imaginando dentro das condições probabilísticas os possíveis cenários econômicos.

Reprojeção: nesta etapa, os dados orçados são direcionados aos setores responsáveis, e após o retorno das peças orçamentárias e respectivas críticas, começa então o acerto das previsões iniciais. Controle: esta é a última etapa, quando verifica se os objetivos previstos estão sendo realizado, por meio da análise das variações entre o orçado e o realizado, avaliando o desempenho de cada área e eventuais correções a serem feitas (PADOVEZE, 2015).

O planejamento, em sentido mais restrito, é o processo que envolve avaliação e tomada de decisões em cenários prováveis, visando definir um plano para atingir uma

situação futura desejada, com base nas informações sobre as variáveis ambientais, crenças e valores, missão, modelo de gestão, estrutura organizacional pré-estabelecidas e a consciência da responsabilidade social (MOSIMANN; FISCH, 1999, p. 44).

O orçamento é a descrição passo a passo de quanto vai custar todos os recursos com base em históricos anteriores, situação financeira atual da empresa, e os lucros que pretende obter no final do exercício. O planejamento orçamentário é indispensável em qualquer organização, a fim de identificar as melhores condições de decisões com relação aos projetos e as possíveis ocorrências norteando o gestor financeiro sobre decisões a serem tomadas ao longo do projeto. No processo de elaboração do plano orçamentário como apresentado anteriormente a empresa precisa definir todas as etapas do processo, respeitando a ordem especificada no modelo escolhido para montagem (PADOVEZE, 2015).

Abaixo será apresentado na tabela 1 um modelo genérico de processo orçamentário, mostrando suas etapas essenciais e o setor responsável por elaborar a mesma.

Tabela 1 – Modelo genérico de processo orçamentário

Etapas	Área Responsável
1 – Preparação das peças orçamentárias	Controladoria
2 – Aprovação inicial	Comitê orçamentário
3 – Remessa aos responsáveis	Controladoria
4 – Retorno das peças orçamentárias com as sugestões dos responsáveis	Todas as áreas responsáveis
5 – Revisão dos Orçamentos recebidos	Controladoria e Comitê orçamentário
6 – Ajuste das sugestões em cima das reorientações do Comitê	Controladoria e áreas responsáveis
7 – Conclusão das peças orçamentárias	Controladoria
8 – Elaboração do orçamento geral e projeção das demonstrações contábeis	Controladoria
9 – Controle orçamentário *	Controladoria
10 – Reporte das variações *	Áreas responsáveis

Fonte: Padoveze (2015, p.57)

Na tabela acima (tabela 1) pode ser observado que este processo orçamentário deduz que a controladoria é o setor ideal para elaborar a primeira versão dos orçamentos, pois apresenta todas as informações e os objetivos da corporação, nesse modelo surge a crítica da

falta de participação, dando então um conceito ditatorial ao processo, mas ao observarmos a 4ª etapa quebra então essa percepção (Padoveze, 2015).

É fundamental para o bom encaminhamento das atividades, o estabelecimento prévio do cronograma das atividades. A tabela 2 abaixo demonstra as etapas do processo orçamentário, com os prazos estimados para cumprir cada etapa.

Tabela 2 – Etapas do processo orçamentário – Definição de prazos

Mês/Ano	Atividades
Agosto/XXX1	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do cronograma de atividades orçamentárias • Levantamento dos centros de responsabilidade e responsáveis por cada atividade • Revisão do plano de contas orçamentário • Levantamento de premissas orçamentárias para o ano seguinte • Preparação dos instrumentos de coleta de dados • Demais definições relacionadas ao processo orçamentário
Setembro/XXX1	<ul style="list-style-type: none"> • Treinamento dos centros de responsabilidade • Centros de responsabilidade orçam suas despesas para o ano seguinte
Outubro/XXX1	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe do orçamento consolida e avalia os dados fornecidos pelos centros de responsabilidade • Apresentação do orçamento coletado ao comitê orçamentário • Revisão de premissas, dados e cenários para o ano seguinte • Comitê orçamentário faz considerações e solicita alterações nos orçamentos parciais
Novembro/XXX1	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de responsabilidade refazem seus orçamentos • Equipe de orçamento consolida o orçamento global • Comitê orçamentário avalia orçamento global
Dezembro/XXX1	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do orçamento consolidado para o ano seguinte
Abril/XXX2	<ul style="list-style-type: none"> • Análise a apresentação do resultado do trimestre anterior • Revisão do orçamento para o restante do ano
Julho/XXX2	<ul style="list-style-type: none"> • Análise a apresentação do resultado do trimestre anterior • Revisão do orçamento para o restante do ano
Outubro/XXX2	<ul style="list-style-type: none"> • Análise a apresentação do resultado do trimestre anterior • Revisão do orçamento para o restante do ano
Janeiro/XXX3	<ul style="list-style-type: none"> • Análise a apresentação do resultado do trimestre anterior • Análise a apresentação do resultado do ano anterior

Fonte: Correia Neto (2018)

A tabela 2 acima apresenta um modelo de planejamento, definindo os prazos à serem cumpridos, cada etapa do processo orçamentário, cada organização deve adotar as etapas que considerar mais adequadas à sua realidade e às suas necessidades específicas. Essas etapas representam uma ordem que pode ser mudada de acordo com as particularidades da empresa, a falta de cumprimento dessas etapas podem afetar negativamente o processo orçamentário.

Abaixo veremos as peças principais do esquema geral do plano orçamentário, dividido em dois orçamentos: operacional e de investimentos e financiamentos, contendo todos os orçamentos relacionados a estes.

Figura 1 – Esquema geral do plano orçamentário

ao lucro (PODOLSKI, 1964). Controle Orçamentário é um processo contínuo e recorrente que avalia o grau de aderência entre os planos e a execução. Compreende as análises dos desvios ocorridos, procurando identificar suas causas e direcionamentos (ALMEIDA; PARISI, 1999).

O controle consiste em verificar se os objetivos, planos e políticas estão sendo realizados conforme o planejado e, conseqüentemente, se as metas estipuladas estão sendo atingidas. A função de controle, portanto, é relacionada ao acompanhamento da execução orçamentária (NETO, 2011)

Controle orçamentário é um instrumento da contabilidade gerencial que deve permitir à organização identificar quão próximos estão seus resultados em relação ao que planejou para dado período. O gestor deve identificar suas metas, os resultados alcançados, as variações numéricas entre eles, analisar, entender as causas da variação e decidir ações que ajustem as metas no futuro ou que permitam manter aquelas que forem decididas. Deve proporcionar condições de acompanhamento não só de variáveis monetárias, mas também daquelas não monetárias (FREZATTI, 2006).

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada no trabalho foi a de pesquisa bibliográfica básica, pois permite que um tema seja analisado sob novo enfoque ou abordagem, produzindo novas conclusões e possibilita explorar novas áreas sobre o tema já conhecido. Seu objetivo é ilustrar de uma forma simples como o *internet banking* auxilia no planejamento orçamentário das organizações, perceber quais são suas vantagens no cotidiano das empresas, como pode afetar as organizações e como as organizações podem contribuir para sua utilização com maior eficácia.

Segundo Marconi e Lakatos (2011), pesquisa bibliográfica é o levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita.

A abordagem foi feita de maneira qualitativa, na qual foram levantados dados, a fim de observar a opinião e expectativas dos autores tais como: Diniz (1999), Albertin (2004), FEBRABAN (2018), Oliveira (2005), dando ênfase em pesquisa exploratória, que é a sua classificação e descrição dos assuntos.

4 DISCUSSÃO

A internet é uma área de inovação na forma de fazer negócio, como o caso do comércio eletrônico. A cada dia novas formas de utilização dessas tecnologias são criadas e devem ser assimiladas rapidamente. Tanto as organizações como os seus funcionários devem

estar em sintonia direta sob o risco de perda da competitividade do mercado (HOJI, 2012). Conforme salientado pela Febraban “É relevante destacar que a facilidade de uso dos meios digitais, associada ao perfil dos usuários, faz com que a sociedade tenha comportamento digital” (FEBRABAN, 2014).

A figura abaixo apresenta o aumento considerável na utilização dos canais digitais como os meios mais usados pelos clientes, mostrando um aumento ano após ano.

Figura 2 – Canais digitais se consolidam como os meios mais usados pelos clientes

Canais digitais se consolidam como os meios mais usados pelos clientes

De cada 10 transações, 6 são realizadas no internet banking e mobile banking

Composição das transações



Fonte: Deloitte – Pesquisa FEBRABAN (2019)

Nota-se na figura 2 que desde 2012 as transações bancárias via internet vêm ganhando cada vez mais adeptos. Pode-se ver um aumento em 2013 de 5% em relação a 2012 e ano após ano este número vem crescendo, chegando em 2018 a alcançar 78,9 bilhões de usuários, 60% dos clientes de bancos preferem efetuar suas transações bancárias através do *internet banking* (FEBRABAN 2019).

Observando este cenário de evolução das transações financeiras no canal eletrônico, surge a necessidade de se estruturar mecanismos de segurança para combater tais ameaças sob o ponto de vista do cliente e do próprio banco. A economia ágil de distribuição e realização de serviços financeiros envolvendo principalmente pagamentos e transferências que a internet e seus usuários conectados constituem, serve também para prática de atos

ilícitos. Maturidade e supervisão no desenvolvimento dessas aplicações e de manutenção podem prevenir falhas, fraudes e ataques (FEBRABAN, 2018). Até mesmo pelo dinamismo que determinada linha de negócios demanda, e que há pouco tempo para análise do problema, e tempo menor para colocar em prática uma solução adequada, levando em conta que dificilmente se realiza testes adequados para garantir que as falhas intencionais ou não, venham a ocorrer diante de um alto índice de aderência.

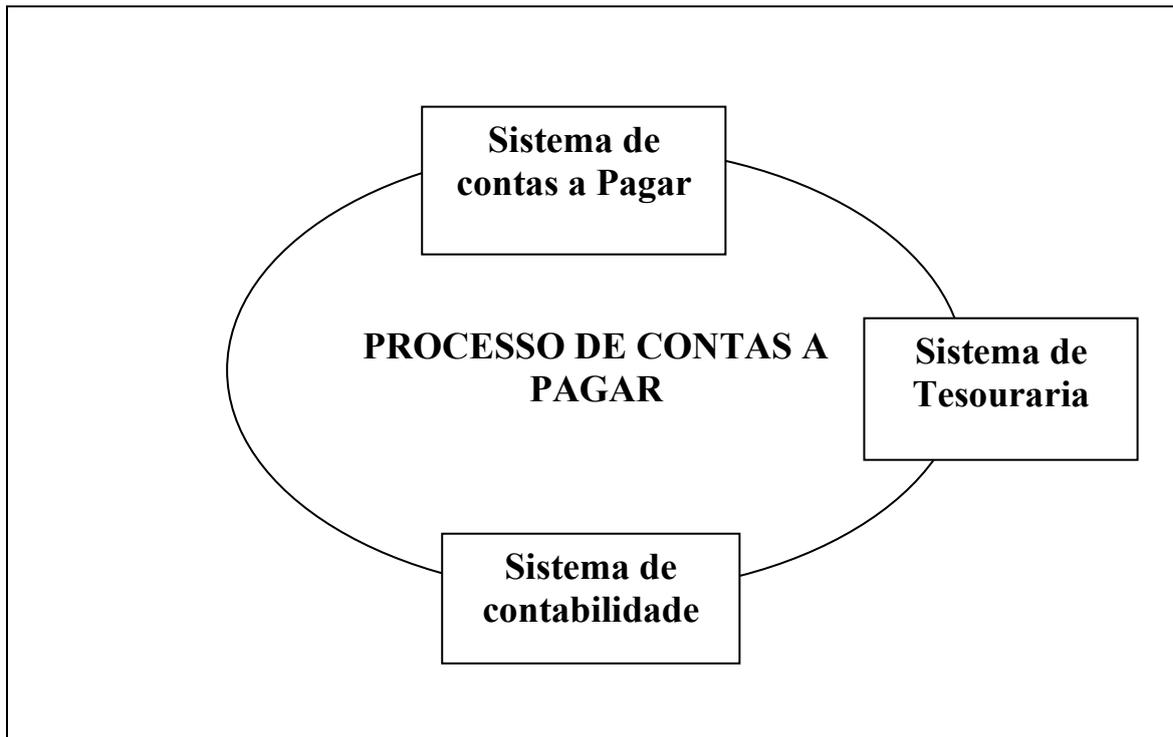
O conhecimento e os mecanismos de integração e tecnologias permitiram às organizações interagir e colaborar sem precedentes com atores externos, como clientes e parceiros de negócios, para melhorar seus processos, operações e proposições de valor (KANTER 2015; MONTAZEMI et al. 2012).

As organizações também devem garantir que os usuários percebam o uso das tecnologias de computação como oportunidades (em vez de ameaças) para sua produtividade e inovação de serviços e possuem controle suficiente sobre o uso dessas tecnologias. Visualizando o uso de TI como uma oportunidade e um alto nível de controle sobre seu uso podem aumentar o envolvimento produtivo dos usuários com as tecnologias em direção à inovação em serviços (BHATTACHERJEE et al. 2017).

Portanto, as tecnologias digitais transformam a estrutura, meio, espaço, intensidade, frequência das relações com o cliente (SUSARLA et al., 2012). Yoo, Boland, Lyytinen e Majchrzak (2012) destacam que a capacidade de transformação digital habilita as organizações a desenvolverem produtos/serviços digitais, suportado pela ampla e flexível infraestrutura digital que permite interagir, gerar envolvimento (engajamento) e fornecer serviços digitais auxiliares ou principais aos clientes intermediários ou finais (pessoa física ou jurídica) (WESTERMAN et al. 2014).

O uso dos canais digitais (*online*, mídias sociais e dispositivos móveis) habilitam a comercialização dos produtos/serviços, e a interação de forma constante com o cliente (BHARADWAJ et al., 2013a; NADEEN et al., 2018). É importante ressaltar que dentre estes canais o *internet banking* como ferramenta no planejamento e controle orçamentário das organizações, por se tratar de um sistema eletrônico integrado e capaz de receber informações com agilidade racionalizando todo o processo, os diversos módulos utilizam a mesma base de dados (contas a pagar, tesouraria, contas a receber, contabilidade, etc.), disponibilizando saldos atualizados em tempo real (HOJI, 2012).

Tabela 1- Fluxo de dados de controle do sistema integrado.



Fonte: Hoji (2012)

Essas informações em tempo hábil auxiliam no controle do planejamento orçamentário, do suporte à gestão dos negócios da empresa, para que a mesma possa atingir os objetivos planejados auxiliando na tomada de decisão de onde investir, na necessidade de captação de recursos, no eventual aumento das vendas, etc. Masakazu ressalta que as “informações são o resultado de dados ou conjunto de dados adequadamente processados para que o usuário final as compreenda e possa tomar decisões com base nelas”.

Desta forma, podemos ressaltar que o *Internet Banking* como ferramenta no controle orçamentário se enquadra às filosofias do planejamento conforme Hoji, 2012:

- Filosofia da satisfação: o objetivo deve ser atingível, visando à satisfação aos responsáveis pela execução do planejamento. As transações efetuadas pelo *internet banking* fornecem dados atuais e confiáveis caracterizando a exatidão e projeção dos recursos disponíveis com pouco esforço e baixo custo satisfazendo a necessidade de minimizar os custos da empresa.
- Filosofia da Otimização: com utilização de técnicas matemática e estratégias gerenciais o planejamento deve ser feito para atingir o melhor resultado. Neste quesito o *internet banking* ajuda na redução de processos, colaboradores e na precisão de dados financeiros confiáveis, como cálculo das taxas de juros prefixadas pelos bancos, taxa do cheque especial, taxas de empréstimos, etc.

➤ Filosofia da Adaptação: também conhecido como planejamento inovativo envolve responder adequadamente as mudanças externas. A ferramenta do *internet banking* é uma inovação na área da tecnologia da informação que permite a alteração de informações no seu planejamento com atualização dos dados em tempo real, dispensando o desgaste com refazer todo o projeto e burocracias desnecessárias. Permite um planejamento financeiro de curto prazo e bastante flexível.

A agilidade e a confiabilidade do sistema de informação gerencial está intimamente relacionado com o nível de informatização da empresa que por vez possibilita a capacidade de transformação digital, permite habilitar a inovação digital ao digitalizar processos de negócios, associando uma forma inédita de desenvolvimento, difusão ou assimilação de uma proposta de valor, seja na forma de comercialização, integração, redução de elos da cadeia de valor, reduzindo preço e tempo da transação (NAMBISAN; LYYTINEN; MAJCHRZAK; SONG, 2017).

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

As inovações tecnológicas, quando aplicadas na gestão estratégica de empresas, têm como função aprimorar resultados e, conseqüentemente, contribuir para o crescimento e fortalecimento do negócio. Em outras palavras, o que há é a otimização dos processos, o que afeta direta e positivamente a produtividade, já que a tecnologia pode oferecer novas soluções para tornar esses processos mais eficientes bem como a redução dos custos, além de promover um alinhamento dos colaboradores através de uma padronização de comportamento e meios de execução do trabalho.

Em tempos de crise, é importante que a empresa invista de maneira inteligente e eficiente. Sendo assim, o investimento em tecnologia é o mais seguro e com resultados mais significativos para as empresas.

É preciso abandonar velhos hábitos conservadores e apostar em novas ferramentas, que dentre outros aspectos podem favorecer a estabilidade do negócio e diminuição dos custos. No *internet banking*, além das operações mais comuns, como consulta às informações sobre a conta corrente, é possível contar com serviços eletrônicos mais sofisticados, como solicitação e aprovação de pagamentos e recebimentos, transferências e acompanhamento de investimentos.

Além disso, todo o gerenciamento de fluxo de caixa pode ser realizado digitalmente, com soluções personalizadas propostas com base na análise do perfil financeiro da empresa. O planejamento orçamentário se define em planejar as despesas, receitas, investimentos e

custos que a empresa terá no futuro.

O *internet banking* como ferramenta no planejamento e controle orçamentário das organizações, por se tratar de um sistema eletrônico integrado e capaz de receber informações com agilidade racionalizando todo o processo, os diversos módulos utilizam a mesma base de dados (contas a pagar, tesouraria, contas a receber, contabilidade, etc.), disponibilizando saldos atualizados em tempo real.

Tendo em vista o grande investimento que as agências bancárias têm feito em tecnologia, onde se presencia um alto crescimento de usuários, se faz necessário o aprofundamento mais amplo e seguro deste canal – *internet banking*, haja vista que a falta de informações atualizadas com frequência é uma das deficiências encontradas.

Tal estudo vem contribuir no sentido de aprofundar mais um pouco sobre a importância do uso da tecnologia a favor das empresas e como as empresas podem utilizá-las com segurança na elaboração e execução do planejamento orçamentário, onde reflitam agilidade, praticidade e lucratividade.

Como sugestão de pesquisas científicas desenvolvidas por outros acadêmicos, espera-se que sejam envidados esforços na realização de novos estudos visando mensurar a satisfação dos usuários do *internet banking* e sua relevância para o controle do planejamento orçamentário dentro das organizações.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2004. p. 30.

ALVARENGA, Darlan. Operações em canais digitais são 62% do total e motivam fechamento de agências. **G1 Economia**. 04 mar. 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/operacoes-em-canais-digitais-sao-62-do-total-e-motivam-fechamento-de-agencias.ghtml>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BHATTACHERJEE, A.; C. J. DAVIS; A. J. C.; . HIKMET. N. **Resposta do usuário ao uso obrigatório**: Uma perspectiva da teoria do enfrentamento. Artigo do European Journal of Information Systems na imprensa: 1–21. doi: 10.1057 / s41303-017-0047-0.

BHARADWAJ, A.; SAWY, O. A., PAVLOU; P. A.; VENKATRAMAM, N. **Visões e vozes sobre desafios emergentes na estratégia de negócios digitais**. MIS Quarterly, 37 (2), 633–661

BRASIL, Portal. **Aplicativo Registrado permite que cidadão acesse on line suas operações com os bancos**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/11/aplicativo-registrato-permite-que-cidadao-acesse-on-line-suas-operacoes-com-os-bancos>. Acesso em: 14 abr. 2019.

CARVALHO, O. O. **O polo cerâmico do Seridó, no Rio Grande do Norte: características e peculiaridades.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CERÂMICA, 47., 2003, João Pessoa. **Anais [...].** João Pessoa: ABCERAM, 2003. p. 58-69.

CHIAVENATO, I. **Iniciação à organização e controle.** São Paulo: McGraw-Hill, 1989. p. 45.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas: o passo decisivo para a administração participativa.** São Paulo: Makron Books, 1992. 145 p.

DINIZ, Eduardo. **Comércio Eletrônico: fazendo negócios através da internet.** **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 71-86, jan./abr. 1999.

ESTRADA, M. M. P. **Revista do Programa de Mestrado em Direito do UniCEUB**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 138-166, jan./jun. 2005

FEBRABAN, 2018. **Pesquisa Febraban de tecnologia bancária 2018.** Disponível em: https://issuu.com/revistaciab/docs/pesquisa_febraban_de_tecnologia_ban_9c8ac659c68c67. Acesso em: 10 abr. 2019.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, M. D. **Estratégica de Marketing.** Tradução: All Tasks; Marleine Cohen. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

GOMES, Alessandra Aparecida Calvoso. **Operação bancária via Internet (Internet banking) no Brasil e suas repercussões jurídicas.** **Revista dos Tribunais**, São Paulo, vol. 816, n. 92, out. 2003.

HERNANDEZ, José Mauro da Costa; MAZZON, José Afonso. **Um estudo empírico dos determinantes da adoção de Internet Banking entre não usuários brasileiros.** **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552008000500002&lng=. Acesso em: 10 mar. 2019.

KANTER, R. M. **From spare change to real change: The social sector as beta site for business innovation.** *Havard Business Review*. <http://hbswk.hbs.edu/item/2974.html>.

KUROSE, James F.; ROSS, Keith W., 2006, **Redes de computadores e a Internet: uma abordagem top-down.** - 3 ed. - São Paulo, Editora Pearson Addison Wesley.

MARQUES, Cláudia Lima. **Sociedade de informação e serviços bancários.** In *Revista de Direito do Consumidor* nº 39, julho – setembro de 2001.

MARQUES, Cláudia Lima. **Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o código de defesa do consumidor: informação, cooperação e renegociação.** *Revista do Consumidor*, São Paulo, v. 11, n. 43, jul./set. 2002.

MEIRELLES, F. S. **Informática: novas aplicações com microcomputadores.** São Paulo: McGraw-Hill, 1992.

MONTAZEMI, A. R., J. J. Pittaway, H. Qahri-Saremi; Y. Wei. 2012. Factors of stickiness in transfers of know-how between Mnc units. *The Journal of Strategic Information Systems* 21:31–57.

NADEEN, A., Abendin, B., Cerpa, N., & Chew, E. (2018). “Transformação digital e estratégia de negócios digitais no comércio eletrônico - o papel das capacidades organizacionais.” *Revista de Pesquisa Teórica e Aplicada sobre Comércio Eletrônico*, (13: 2), pp. I-viii.

- NAMBISAN, S., LYYTINEN, K., MAJCHRZAK, A., SONG, M. (2017). **Gerenciamento de inovação digital**: reinventando a pesquisa em gerenciamento de inovação em um mundo digital. *MIS Quarterly*, 14 (1), 223-238.
- OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JR., J. H.; SILVA, C. A. S. **Controladoria Estratégica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- PETERS, T. *et al.* E a Internet reinventou os negócios. **HSM Management**, São Paulo, n. 21, ano 4, p. 20-36, jul./ago. 2000.
- PORTER, Michael E.; MILLAR, Victor E. How information gives you competitive advantage. **Harvard Business Review**, Boston, jul./aug. 1985.
- RAMOS, A. S. M. **Tecnologia da informação para a gestão da qualidade**. UFRN, 1998. Apostila de curso de especialização em gestão da qualidade total. Rio de Janeiro, Ano 1, n. 1, p. 29, 1996.
- RAMOS, A. M.; COSTA, F. R. Serviços bancários pela Internet: um estudo de caso integrando a visão de competidores e clientes. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 4, n. 3, p. 133-154, set./dez. 2000.
- SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- SILVA, Jean. OLIVEIRA, Franco Adriano. Banking. *Revista de informática aplicada*, vol.II-Nº02; Jul/Dez 2006
- TAPSCOTT, D. **Economia digital**: promessa e perigo na era da inteligência em rede. São Paulo: Makron Books, 1997.
- VIEIRA, Berenice L. A, VIANA, Debora, A, ECHEVESTE, Simone S. **Comercio Eletronico Via Internet**: Uma Abordagem Exploratoria . ENAPAND, 1998.