

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS PRESTADOS PELAS AGÊNCIAS BANCÁRIAS NO MUNICÍPIO DO IGUATU, CEARÁ.

Dâmaris Costa Frutuoso¹, Otácio Pereira Gomes², Antonia Karine Gomes dos Santos³, Gerlania Maria Rocha Sousa⁴

Resumo: O presente trabalho apresenta o estudo do nível de satisfação dos clientes em relação aos serviços oferecidos pelas agências bancárias localizadas no município de Iguatu -CE para isso, foi utilizado a técnica estatística multivariada de análise fatorial para calcular o Índice de Satisfação dos Clientes em relação aos serviços prestados pelas Agências Bancárias (ISCAB), por meio desse Índice foi feita a ordenação dos entrevistados de acordo com seu nível de satisfação. Obtiveram-se resultados insatisfatórios com relação aos gostos dos clientes.

Palavras-chave: Satisfação. Clientes. Agências Bancárias.

1. Introdução

O sistema bancário surgiu em decorrência da divisão do trabalho, que originou as mercadorias-moedas e consequentemente a moeda, inicialmente cunhada em metais e posteriormente passando ao papel-moeda e finalmente a moeda escritural e eletrônica. Tanto o surgimento como as alterações que ocorreram no sistema bancário através dos tempos foram motivados pelas necessidades da sociedade.

A partir da década de 1960 a rede de atendimento dos agentes financeiros sofreu uma grande ampliação motivada pelo novo sistema de transportes adotado, o rodoviário, o qual propiciou uma maior abrangência do sistema em relação ao modal ferroviário. Além da mudança no modal de transportes ocorrida nesse período outro fator que proporcionou a ampliação da rede de atendimento foi o avanço tecnológico nos meios de comunicação do país.

Em 1988 com a promulgação da nova Constituição Brasileira os bancos tornaram-se múltiplos, ou seja, não estariam mais limitados apenas ao setor financeiro, podendo atuar em outros ramos da economia. Todas as mudanças normativas, regulamentadoras ou ações do Estado não ocasionaram tantas alterações na dinâmica bancária como a estabilização econômica proporcionada pelo Plano Real a partir de 1994.

A partir de 1995 em decorrência da estabilidade econômica os cartões de débito e principalmente os de crédito começaram a ganhar espaço no mercado nacional, tornando-se um dos principais meios de pagamento utilizados atualmente. Outra mudança deste período foi o maior volume de empréstimos concedidos às pessoas físicas com intuito de fomentar a aquisição de bens de consumo duráveis, por meio de financiamentos ou consumo de bens não duráveis por meio de crédito pessoal ou limite de crédito em conta corrente ou cartão de crédito.

1 Universidade Regional do Cariri, email: damarisfrutuoso@gmail.com

2 Universidade Federal do Cariri, email: otaciopg@gmail.com

3 Universidade Estadual do Ceará, email: karinegomes922@gmail.com

4 Universidade Federal da Paraíba, email: gerlaniarocha@gmail.com

I Semana Universitária da URCA/UDI

26 a 30 de novembro de 2018

Universidade Regional do Cariri

No Brasil há uma enorme concentração de clientes em meia dúzia de instituições financeiras. Bancos privados e estatais concentram a maioria dos correntistas brasileiros. Os bancos são como qualquer outra empresa no âmbito de que visam à obtenção de lucro, mas também fornecem serviços essenciais à sociedade, seja realizando pagamentos, oferecendo empréstimos, transferindo valores, gerenciando patrimônios e investindo, todos precisam deles. Como existem inúmeros aspectos influenciadores da satisfação do consumidor, cabe ao pesquisador levá-los em consideração no momento de construir e buscar uma metodologia estatística.

2. Objetivos

2.1 Objetivo geral

Traçar o perfil socioeconômico dos clientes, em relação aos serviços prestados pelas Agências Bancárias (ISCAB) do município de Iguatu, Ceará.

2.2 Objetivo específico

Determinar um índice de satisfação dos clientes, em relação aos serviços prestados pelas Agências Bancárias (ISCAB) do município de Iguatu, Ceará.

3. Metodologia

3.1 Área de estudo

A área de estudo compreendeu o município de Iguatu, localizado na Região Centro-Sul Cearense. O município tem uma população estimada em 2015 de 101.386 pessoas, distribuídas em uma área de 1.029,214 Km², está localizado a 380 km da capital do estado Fortaleza (IBGE, 2015).

3.2 Natureza dos dados e tamanhos da amostra

Os dados utilizados nesta pesquisa são de natureza primária, obtidos por intermédio de entrevistas diretas junto aos clientes das Empresas bancárias do Município de Iguatu, no período de 2016. Estes questionários enfatizaram aspectos a respeito do perfil socioeconômico e indicadores de satisfação dos clientes das Agências Bancárias. A amostragem será de cunho não probabilística por conveniência.

3.3 Análise Tabular e descritiva

Um dos objetivos desse trabalho foi traçar o perfil socioeconômico dos entrevistados. Portanto, inicialmente foi feita uma análise tabular e descritiva das variáveis econômicas, sociais e culturais dos clientes dos correios, no município de Iguatu, além da aplicação do teste H de Kruskal Wallis, com vistas a testar a hipótese de igualdade de médias entre algumas variáveis.

3.4 Análise fatorial

O método de análise fatorial foi utilizado para gerar e mensurar o Índice de Satisfação dos clientes das agências bancárias do município de Iguatu (ISCAB), que são objetivos específicos deste trabalho. A análise fatorial é uma técnica multivariada que busca identificar um número relativamente pequeno de fatores comuns que podem ser utilizados para representar relações entre um grande número de variáveis inter-relacionadas.

O principal propósito da análise fatorial é descrever as relações de covariância entre diversas variáveis em termos de poucos fatores não observáveis, ou seja, a técnica busca identificar fatores não observáveis que possam explicar a intercorrelação entre as variáveis (FÁVERO et al., 2009).

Segundo Ferreira Jr., Baptista e Lima (2004), os fatores são formados levando em consideração alguns princípios: (a) as variáveis mais correlacionadas são combinadas em um mesmo fator; (b) as variáveis que compõem um fator são praticamente independentes das que compõem outros fatores; (c) a derivação dos fatores é feita visando maximizar a porcentagem de variância total explicada por cada fator consecutivo; e (d) os fatores não são correlacionados entre si. O passo seguinte, após o cálculo das cargas fatoriais e a identificação dos fatores, é a estimação do escore fatorial.

A adequação do modelo de análise fatorial foi testada pela estatística de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e pelo teste de Bartlett. O primeiro varia de 0 a 1 e compara a magnitude do coeficiente de correlação observado com a magnitude do coeficiente de correlação parcial, sendo que, valores acima de 0,50 indicam que os dados são adequados para a análise fatorial e o modelo está bem ajustado, enquanto valores de KMO abaixo de 0,50 indicam a não adequabilidade do mesmo.

O teste de esfericidade de Bartlett testa a hipótese nula de que a matriz de correlação populacional seja igual à matriz identidade. Para que o modelo de análise fatorial esteja bem ajustado, a hipótese nula do teste de Bartlett deve ser rejeitada (FÁVERO et al., 2009).

3.5 Determinações do Índice de Satisfação dos Clientes, e relação aos serviços prestados pelas Agências Bancárias (ISCAB).

Propõe-se utilizar a técnica estatística multivariada de análise fatorial para calcular o Índice de Satisfação dos Clientes, em relação aos serviços prestados pelas Agências Bancárias (ISCAB), por meio desse Índice será feita a ordenação dos entrevistados de acordo com seu nível de satisfação. Para operacionalizar essa técnica, será utilizado o software STATA 12.

Esse índice foi elaborado tendo como base os trabalhos de Soares et al. (1999), que criaram um índice de desenvolvimento municipal para os municípios cearenses; Campos (2008), que estabeleceu um índice de hierarquização do arranjo produtivo de fruticultura irrigada na região do Baixo Jaguaribe no Estado do Ceará e pelo trabalho de Sousa e Campos (2009), que elaborou o índice de desempenho competitivo dos fruticultores cearenses e Gomes (2015) que elaborou um índice dos produtores de fruticultura irrigada na região do Cariri, Ceará. Posto isto, com esse embasamento teórico, criou-se o Índice de Satisfação dos Clientes.

4. Resultados

O método de análise fatorial foi utilizado para gerar e analisar o nível de Satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados pelas agências bancárias, que são objetivos específicos deste trabalho. A análise fatorial tem como propósito descrever as relações de covariância entre os níveis de satisfação dos clientes. Inicialmente, com o intuito de verificar a coesão dos dados coletados, foi calculado o teste Kaiser-Mayer - Olkin (KMO).

Assim, observou-se, considerando-se distribuição normal dos dados, que o KMO revelou valor de 0,558, ou seja, é um índice razoável e aceito para análise fatorial. O Teste de Esfericidade de Bartlett indicou valor 492,408 sendo considerado elevado para garantir que a matriz de correlações não é uma matriz identidade, ao nível de significância 1%, rejeitando a hipótese nula (H_0) de que a matriz de correlação é uma matriz-identidade. Conclui-se, portanto, que os dados amostrais são adequados para uso da análise fatorial.

Objetivando caracterizar ou representar um total de variáveis originais em um número menor possível de variáveis, a fim de explicar a satisfação dos clientes extraíram-se cinco fatores, considerando os que apresentam raiz características maiores do que 1 e que, em conjunto, 67,26% dos clientes estão com nível médio de satisfação em relação aos serviços bancários. Foram observadas as cargas fatoriais ou coeficientes de correlação após a rotação dos fatores de adoção de atendimento a serviços prestados pelos bancos e suas respectivas comunalidades, indicando a intensiva associação entre a variável e o fator.

Assim os fatores ficaram da seguinte forma: O primeiro fator (F1) está composta pelas variáveis: Tempo de espera para o atendimento, Infraestrutura – conforto para a espera do atendimento e Segurança. O fator F2 está associado de forma positiva com os seguintes indicadores de satisfação: Confiança nos serviços prestados, Nível de exigências para a realização do serviço, Qualidade dos serviços de encomenda prestados e Concorrência. O fator F3 está associado de forma positiva com os seguintes indicadores de satisfação: Forma de tratamento no atendimento ao cliente – qualidade do atendimento, Quantidade de caixas e Quantidade de agências.

Portanto, esse fator está relacionado com os indicadores de concorrência no mercado. Desta forma, se um determinado indivíduo apresentar um fator positivo e elevado, então sua satisfação está fortemente associada aos indicadores de mercado. O fator F4 está representado pelas variáveis: Prazo de entrega das encomendas postadas e Localização da agência. O fator F5 está representado pela variável: Preço dos serviços. E o fator F6 está representado pela variável Quantidade de agências. Analogamente, o entrevistado que apresentar valor positivo e elevado desse fator, prioriza esse indicador na sua satisfação.

Posto isto, no que diz respeito ao Índice de Satisfação dos Clientes dessas agências mensurado pelo método de análise fatorial, observou-se que a maioria dos entrevistados (77%) apresentou médio nível de satisfação, 15% possuem um nível alto de satisfação e não houve níveis muito altos de satisfação para esses clientes, mostrando que alguns poucos se sentem satisfeitos, contudo não é suficiente para atender todas as suas necessidades.

5. Conclusão

O aumento das agências bancárias tem demonstrado que os bancos estão buscando a expansão do mercado objetivando, assim, um maior número de clientes que

por sua vez se tornam cada vez mais exigentes buscando em suas escolhas produtos e serviços de qualidade. Ao analisar os níveis de satisfação dos clientes das redes bancárias é de fundamental importância, pois possibilita que seus responsáveis traçam estratégias de forma a incentivar a captação de mais clientes. Contudo os resultados não foram muito satisfatórios, pois em sua grande parte, estes clientes apresentaram-se insatisfeitos com os serviços das agências bancárias do município de Iguatu, Ceará.

Conforme os resultados, a grande maioria dos entrevistados apresentaram níveis não tão satisfatórios com os serviços. As variáveis que mais tiveram efeitos negativos sobre os resultados são o tempo de espera por parte desses clientes, pois reclamavam bastante da demora por parte dos funcionários em atender, acumulando grande quantidade de pessoas no serviço para serem atendidos. A infraestrutura da agência, muitos comentaram que o aspecto físico não suporta a quantidade de clientes existentes, sendo necessária uma mudança de espaço. Com relação a qualidade do atendimento, acredita-se que isso seja em decorrência do estresse provocado pelo acúmulo de pessoas em um pequeno espaço de atendimento. A variável quantidade de caixas não foi muito avaliada de forma negativa, mas sim as frequências que esses ficavam sem dinheiro, provocando filas desnecessárias.

De uma forma geral, acredita-se que parte desses resultados negativos tenha-se advindo do período de greve em que estas unidades bancárias ficaram, onde isso tenha provocado revolta por parte da população. Contudo, algumas sugestões para que o nível de satisfação dos clientes bancários do município aumente, como: maior agilidade e organização dos funcionários; Melhora na infraestrutura, de forma em que haja um aumento nos locais.

6. Referências

CAMPOS, K. C. **Produção localizada e inovação: o arranjo produtivo local de fruticultura irrigada na microrregião do Baixo Jaguaribe no Estado do Ceará**. Viçosa: UFV, 2008. 167 f. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – Universidade Federal de Viçosa, 2008.

CHAUVEL, Marie Agnes. **Consumidores insatisfeitos: uma oportunidade para as empresas**. Rio de Janeiro, Mauad, 2000, 216p.

DILLON, W.R.; GOLDSTEIN, M. **Multivariate Analysis, Methods and Applications**. New York: John Wiley & Sons, 1984.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HAIR Jr, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 19 de março de 2015.