

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIII Seminário de Iniciação Científica

ESTUDO DA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DOS SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS PELO BANCO DO BRASIL DE CORONEL BICACO/RS¹

Anélia Franceli Steinbrenner², Jeanine Costa Gonçalves³.

¹ TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS UNIJUI - IJUI

² Professora do DACEC/UNIJUI.

³ Aluna do Curso de Administração de Empresas da UNIJUI.

Introdução

Esse estudo é de suma importância para a instituição financeira em estudo, pois a mesma é de grande porte, conhecida mundialmente, e precisa estar em constante atualização nas áreas que abrangem em relação a vendas, consumidores e os componentes do marketing. Para Bateson e Hoffman (2001, p. 321) “considerando-se a forte lógica para a satisfação dos clientes como um propulsor-chave para empresas prestadoras de serviços, elas deveriam adotar a medida de satisfação dos consumidores como uma ferramenta fundamental”. Este trabalho teve como finalidade estudar o nível da satisfação dos clientes da organização Banco do Brasil - agência de Coronel Bicaco/RS. O presente estudo buscou mostrar a importância de fazer uma pesquisa de satisfação dos usuários do Banco do Brasil em relação aos serviços oferecidos e ao atendimento dos funcionários, no intuito de trazer benefícios à organização, com a identificação de possíveis melhorias.

Metodologia

O presente estudo classifica-se quanto à natureza em pesquisa aplicada, pois conforme Gil (2010, p. 26) “abrange estudos elaborados com a finalidade de resolver problemas identificados no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem”. Quanto à abordagem do problema a pesquisa é classificada como quantitativa, que segundo Zamberlan et al (2014, p. 94) “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva. Ainda conforme o mesmo autor (2014, p. 96) “a pesquisa exploratória é desenvolvida em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão, identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais, prover critérios, compreensão e até construir hipóteses”. O autor explica ainda que “a pesquisa descritiva visa identificar, expor e descrever os fatos ou fenômenos de determinada realidade em estudo, características de um grupo, comunidade, população ou contexto social. Quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa é bibliográfica, conforme Gil (2010, p. 29) “é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”. É um levantamento (Survey), na visão de Gil (2010, p. 35) “[...] Caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer”. Ainda conforme Gil (2002, p. 53), a

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIII Seminário de Iniciação Científica

pesquisa é de campo, pois “[...] procura muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população, segundo determinadas variáveis”. Para realizar este estudo foi aplicado 99 questionários com usuários, clientes correntistas e não correntistas do Banco do Brasil – agência Coronel Bicaco/RS, no período de 06 de março de 2015 até 02 de abril de 2015, os quais foram tabulados em planilhas e analisados quantitativamente considerando a população de Coronel Bicaco/RS com 7.748 habitantes conforme o censo de 2010 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística). O universo da pesquisa são pessoas que tem de alguma forma relacionamento com a instituição, bem como os clientes, dos quais, foi selecionada uma amostra não probabilística. Para a aplicação do questionário foi utilizada a Escala de Likert, que conforme explica Malhotra (2001, p. 255), é “uma escala de medida com cinco categorias de respostas de vão de “discordo totalmente” a “concordo totalmente [...]”. Os dados obtidos por meio de questionários foram analisados e lançados em planilhas de forma quantitativa, calculando em percentagens, dando sentido aos dados e comparou-se e analisou-se a representatividade dos resultados, e foi possível constatar os níveis de satisfação dos usuários em relação à instituição, bem como foi feita a tabulação das informações obtidas pelo questionário.

Resultados e Discussão

De maneira geral conclui-se que dos 99 respondentes, considerando a significativa representatividade dos dados apurados, a maioria dos entrevistados estão satisfeitos com os itens avaliados, sendo que, destes, os principais itens positivos foram em relação aos funcionários que atendem as reais necessidades de serviços dos usuários, fornecem as informações de forma adequada e demonstram que têm conhecimentos sobre os produtos e serviços que são oferecidos. Também, em relação ao gerente, que está sempre à disposição do cliente, assim que é solicitado o atendimento, o mesmo se dispõe atender a todos com muita atenção, sendo este ponto um diferencial para instituição financeira. No atendimento ao telefone, os funcionários demonstram ser atenciosos para resolver as demandas diversas. O sistema de retirada de senha, que tornou a chamada dos clientes de forma organizada e justa, é bem aceita pela maioria dos entrevistados. A localização da agência torna um aspecto estratégico para o ponto de atendimento. E também, a confiança da instituição financeira que pode-se abordar os aspectos, tais como, segurança ao passar as informações, a cortesia e o respeito, a comunicação com o cliente de que o funcionário está interessado em oferecer o melhor e demonstra competência nas funções que desempenha.

Como sugestões e contribuições de pontos que devem ser melhorados estão principalmente as questões em relação ao baixo nível de concordância, dentre elas destaca-se, a agência não deixa claro e nem facilita o conhecimento pelos usuários de todos os produtos e serviços que tem disponível para oferecer. Logo, neste item, recomenda-se focar na identificação da real necessidade do usuário que procura a agência, e fornecer os produtos e serviços que os satisfaçam, bem como, pode-se realizar visitas, com esclarecimento em relação ao material de propaganda disponibilizado, que na pesquisa constatou que é importante melhorar. Em relação a questão de se o usuário sente-se seguro no interior da agência e na sala de autoatendimento, também merece atenção por parte da instituição financeira em verificar o porque desta discordância, sendo que este serviço é terceirizado, deve ser exigida a melhoria por parte do prestador de serviço. A questão referente ao

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIII Seminário de Iniciação Científica

tempo de espera, pode-se, ter um melhor planejamento, principalmente nos momentos que tem maior circulação de clientes na agência, pois é um ponto que pode fazer com que os usuários migrem para os concorrentes, pois ninguém gosta de esperar.

A questão pertinente aos serviços prestados no autoatendimento, a qual, questionou se facilitou a agilidade nos serviços, devido a discordância significativa, sugere-se que os funcionários e estagiários tenham mais disponibilidade de tempo para atender nos terminais, pois muitas vezes as pessoas não sabem como utilizar essa importante ferramenta e que agiliza significativa parte dos serviços utilizados. Bem como, a questão de se os produtos e serviços são oferecidos e/ou vendidos de acordo com os desejos/necessidades do usuário, acredita-se que a agência deve focar nos pontos onde o usuário realmente saia satisfeito com o que ele necessita, logo, merece especial cuidado também para não perder clientes.

Através da pesquisa conseguiu-se identificar as ameaças e oportunidades da instituição em relação aos clientes, que dentre as ameaças, destaca-se principalmente a Inadimplência e dentre as oportunidades, que os funcionários têm possibilidade de planejar suas ações de desenvolvimento e potencializar suas chances de ascensão, gerando benefício para o próprio banco também e a instituição tem alguns tipos de produtos com mais recursos do que em outros bancos, bem como, os pontos fortes e fracos, que destaca entre os pontos fortes, o bom relacionamento entre todos que trabalham na agência, o trabalho em equipe, o comprometimento de todos com suas funções e responsabilidade elevada dos colaboradores, o bom atendimento aos clientes, a instituição é conhecida mundialmente e tem credibilidade, os clientes confiam no trabalho dos funcionários, e na própria instituição financeira como um todo, a participação em ações sociais e os treinamentos realizados periodicamente, dentre os pontos fracos identificou-se a quantidade reduzida de funcionários comparada à demanda de serviços e de uma digitalizadora, pois toda a operação de financiamentos tem que constar no sistema de dossiê de operações, e também os dossiês de clientes com a abertura de contas

Destaca-se que no geral, devido ao elevado nível de concordância, acredita-se que a empresa apresenta um adequado nível de satisfação de seus usuários, devido ao tempo de atuação, imagem geral da instituição como um todo, mas, mesmo com uma pequena representatividade de nível de discordância, a mesma deve procurar a excelência e tentar deixar o nível de satisfação o mais próximo de cem por cento, pois, a concorrência neste ramo é agressiva e a mesma pode perder clientes por simples detalhes, logo, pode refletir sobre as contribuições já comentadas.

Conclusão

O presente estudo teve o objetivo de analisar como está o nível de satisfação dos usuários do Banco do Brasil – agência Coronel Bicaco em relação aos serviços e produtos oferecidos. Com base na pesquisa realizada conseguiu-se alcançar os objetivos geral e específicos através dos questionários aplicados a uma amostra de 99 usuários, a qual avaliou-se o grau de satisfação em cada resposta obtida, bem como, identificou-se as ameaças e fraquezas da instituição em relação aos clientes, os pontos fortes e fracos e o grau de satisfação do clientes pessoas físicas e jurídicas e após fez-se proposições de sugestões de melhorias nos pontos de discordância que foram identificados.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIII Seminário de Iniciação Científica

Sendo assim conclui-se que de um modo geral, os usuários correntistas ou não, tem uma satisfação adequada, mas que a instituição tem muitos pontos que pode melhorar, apesar da representatividade de respostas positivas. Destaca-se que identificou-se a necessidade de ter mais funcionários para atendimento do trabalho realizado. Mas, como a instituição tem auxílio de adequada tecnologia, acredita-se que este fator contribuiu para que o resultado da pesquisa seja de um bom serviço prestado pela instituição, porém, é significativo salientar a importância de se trabalhar os itens que precisam e podem ser melhorados, pois, a concorrência é significativa, e pequenos descuidos como ficar esperando na fila, não se sentir seguro no local, não ter funcionários suficientes para ajudar atender no autoatendimento em momentos de elevado fluxo de pessoas, pode fazer com que esta pequena representatividade migre para outras instituições e isto aos poucos pode provocar um efeito significativo na mesma e redução de usuários e clientes.

Essa pesquisa serviu de instrumento para a agência de Coronel Bicaco conhecer os pontos que precisam melhorar, para poder estar próxima da necessidade dos seus usuários e tentar constantemente fidelizar e conquistar novos clientes. Ressalta-se a importância deste estudo para os pesquisadores, devido ao aprofundamento teórico e a aplicabilidade desta na prática da organização.

Palavras-chave

Marketing; Atendimento; Qualidade; Satisfação de Clientes.

Referências

- BANCO DO BRASIL. Disponível em: < <http://www.bb.com.br> >. Acesso em: 26 nov. 2014.
- BATESON, John E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. Marketing de serviços. Tradução de Lúcia Simonini. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- Gil, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- ZAMBERLAN, Luciano; et al. Pesquisa em ciências sociais aplicadas. Ijuí: Unijuí, 2014.