

CENTRO UNIVERSITÁRIO ATENAS

DAIANE RODRIGUES COURA GUIMARÃES

GESTÃO DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO BANCÁRIO

Paracatu

2022

DAIANE RODRIGUES COURA GUIMARÃES

GESTÃO DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO BANCÁRIO

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Centro Universitário Atenas, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de Concentração: Gestão empresarial.

Orientadora: Prof^a. Msc. Tamara de Oliveira Gonçalves

Paracatu

2022

DAIANE RODRIGUES COURA GUIMARÃES

GESTÃO DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO BANCÁRIO

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Centro Universitário Atenas, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de Concentração: Gestão empresarial.

Orientadora: Prof^a. Msc. Tamara de Oliveira Gonçalves

Banca Examinadora:

Paracatu – MG, 16 de dezembro de 2022.

Prof^a.Msc.Tamara de Oliveira Gonçalves
Centro Universitário Atenas

Prof^o. Jean Pablo Monteiro da Silva
Centro Universitário Atenas

Prof^a. Mayra Silva de Souza
Centro Universitário Atenas

Dedico este trabalho a minha mãe e meu padrasto, que me ensinaram os pilares da vida, me incentivaram a ser uma pessoa melhor a cada dia, buscando a realização dos meus sonhos e objetivos. Dedico também ao meu marido, que me deu forças ao longo de todo o curso, esteve presente nos momentos mais difíceis e também nos mais alegres. Sou eternamente grata a vocês que acreditam e despertam o que há de melhor em mim.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, pela minha vida e por todas as conquistas realizadas até aqui, mesmo com muitos obstáculos, ele foi a força que me manteve forte.

Ao meu esposo, que esteve presente em todo meu processo de formação acadêmica, que também é meu exemplo de um bom líder e profissional, e que constantemente me incentiva a ser uma pessoa e profissional melhor.

Agradeço também a minha orientadora, por todo incentivo, paciência, conselhos e também pela dedicação do seu tempo ao meu projeto.

Por fim, agradeço ao Centro Universitário UniAtenas e todo o corpo docente do curso de Administração, pela elevada qualidade de ensino oferecido.

“Peçam, e lhes será dado; busquem, e encontrarão; batam, e a porta lhes será aberta. Pois tudo o que pede, recebe; o que busca, se encontra; e àquele que bate, a porta será aberta.”

Mateus 7:7-8

RESUMO

O presente trabalho aborda a qualidade atual dos serviços de atendimento bancário. Pretendendo apresentar o quanto o campo se desenvolveu nas últimas décadas e qual a opinião do público quanto ao serviço de atendimento em bancos atualmente. O trabalho foi realizado por pesquisas bibliográficas em bases científicas como o Google Acadêmico e o SciELO, além de uma pesquisa realizada com o público através do Google Forms para se avaliar o serviço de atendimento. Verificou-se através do estudo que os bancos contam com diversas ferramentas para a melhoria no atendimento, mas o público ainda sente que o mesmo deveria passar por melhorias. A pergunta problema foi respondida ao final da pesquisa e as hipóteses iniciais se mostraram válidas.

Palavras-chave: Atendimento. Banco. Qualidade. Serviço.

ABSTRACT

The present work addresses the current quality of banking services. Intending to present how much the field has developed in recent decades and what is the public's opinion regarding the customer service in banks today public through Google Forms to evaluate the customer service. It was verified through the study that the banks have several tools to improve the service, but the public still feels that it should undergo improvements. The problem question was answered at the end of the research and the initial hypotheses proved to be valid.

Keywords: *Service. Bank. Quality. Service.*

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Qual sua faixa etária?	22
Gráfico 2 - Qual seu sexo?	22
Gráfico 3 - Com que frequência você utiliza serviços de uma Agência Bancária Pública (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BDMG)?	22
Gráfico 4 - Quando você recebe um atendimento em uma agência bancária pública, qual o prazo médio que você permanece na agência até iniciar seu atendimento?	23
Gráfico 5 - Após receber atendimento em uma instituição bancária pública, você tem suas demandas resolvidas imediatamente?	23
Gráfico 6 - Como você classifica o atendimento nas agências bancárias públicas?	24
Gráfico 7 - Você já passou por alguma das experiências a seguir em uma instituição bancária pública?	24
Gráfico 8 - Você utiliza aplicativos referentes aos bancos públicos?	25
Gráfico 9 - O aplicativo bancário que você utiliza dispõe de ferramentas para atender todas as suas demandas?	25
Gráfico 10 - Você indicaria para seus amigos e familiares frequentarem agências bancárias públicas as quais você já utilizou?	25
Gráfico 11 - Sendo 0 péssimo e 5 ótimo como você classifica o último atendimento que recebeu em uma agência bancária pública?	26
Gráfico 12 - Você manteria um relacionamento frequente entre consumidor e cliente, na última agência bancária pública a qual você recebeu um atendimento?	26
Gráfico 13 - Em sua opinião é necessária uma melhoria na prestação de serviços e no atendimento prestado em agências bancárias públicas?	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA	12
1.2 HIPÓTESES	12
1.3 OBJETIVOS	12
1.3.1 OBJETIVOS GERAIS	12
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	13
1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO	13
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO	14
2 CONCEITO DE ATENDIMENTO E SEUS DIFERENCIAIS	15
3 FERRAMENTAS PARA MELHORIA CONTÍNUA DO BOM ATENDIMENTO	18
4 OS IMPACTOS CAUSADOS NAS INSTITUIÇÕES A PARTIR DO BOM ATENDIMENTO	21
4.1 PESQUISA QUANTO A SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO BANCÁRIO	21
4.2 ANÁLISE DE RESULTADOS DA PESQUISA	27
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	32
ANEXO I	35

1 INTRODUÇÃO

O sistema bancário é um dos negócios mais antigos do mundo e surgiu com as primeiras moedas. Conforme Kastner (2021) o primeiro banco que se tem conhecimento na história é o Banco Di San Giorgio, criado em 1406 em Genova, cidade da Itália, e que encerrou suas atividades em 1805, quase 400 anos depois.

Como qualquer outro negócio, o sistema bancário foi evoluindo com o passar do tempo. Em meados da década de 2000, as pessoas ainda precisavam se locomover até as instituições bancárias e lotéricas para realizar pagamentos ou qualquer outro serviço relacionado a essa área. Entretanto, nos últimos 20 anos aconteceram as maiores evoluções do sistema bancário, exigindo que as instituições mudassem a mentalidade para fornecer uma melhor experiência aos usuários, adaptando-se às novas demandas, conhecendo os clientes e acompanhando a tecnologia (SANTOS, 2017).

Atualmente é possível visualizar os avanços tecnológicos desenvolvidos em agências bancárias com apoio do Banco Central do Brasil, como o Open Banking, a *Cibersegurança*, a segurança da informação e o Pagamento Instantâneo Brasileiro (Pix), contudo, nenhum desses substituiu o contato humano e as vantagens do bom atendimento interpessoal.

Sendo assim, a qualidade desempenhada durante o atendimento bancário é essencial para o sucesso das organizações, pois é através deste que as empresas atraem novos clientes e fidelizam aqueles que já utilizam seus serviços visando a melhoria dos resultados organizacionais.

Buscando mensurar a qualidade de atendimento oferecido aos consumidores, o Banco Central do Brasil, disponibiliza um canal de ouvidoria para reclamações advindas da falta de qualidade na prestação dos serviços bancários, e por meio deste canal é fácil acompanhar as instituições que mais têm queixas registradas.

Inegavelmente a insatisfação do cliente torna-se um dos grandes desafios enfrentados pelas instituições bancárias, tornando-se necessário uma eficiente gestão de qualidade nos serviços prestados e a eliminação dos fatores que ocasionam o grande índice de reclamações.

Contudo, este trabalho busca evidenciar a importância da gestão de qualidade no atendimento bancário, esclarecer quais são os principais motivos que impedem ao consumidor de ter uma boa experiência nas agências ou pelo serviço de atendimento por ligação e abordar as ferramentas disponíveis para melhorar a gestão de qualidade nas instituições bancárias.

1.1 PROBLEMA

Como diminuir o índice de reclamações advindas do atendimento bancário?

1.2 HIPÓTESES

- a) Provavelmente fazendo uma pesquisa de satisfação com os clientes, para destacar quais são os pontos fracos dos funcionários durante o atendimento, a instituição poderá, de forma assertiva, disponibilizar um treinamento para melhorar as competências técnicas dos mesmos e também para desenvolver as habilidades necessárias para ser executado um bom atendimento ao público externo.

- b) Provavelmente a realização de treinamentos e capacitação aliados as ferramentas corretas contribuirão para melhoria do atendimento da organização, por meio de recursos e um ambiente adequado para que assim consigam desenvolver um bom atendimento e com mais motivação.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVOS GERAIS

Analisar os motivos e fatores que provocam a insatisfação do cliente durante ao atendimento bancário, gerando assim, possíveis reclamações.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) conceituar atendimento e relacionar aos diferenciais;
- b) descrever as ferramentas para melhoria contínua do bom atendimento;
- c) demonstrar os impactos causados nas instituições bancárias a partir do bom atendimento.

1.4 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Após observar a realização de atendimentos bancários, nota-se que este serviço provoca muita insatisfação entre os clientes, de tal forma que não consegue atender as expectativas dos clientes, o que acontece com frequência tanto nas grandes organizações como nas menores.

Por consequência as instituições financeiras perdem clientes, são notificados e multadas pelo órgão competente (Banco Central do Brasil), diminui os resultados organizacionais, em casos extremos são processados por clientes, inevitavelmente manchando a imagem corporativa da instituição.

Em suma, amparando-se no propósito de demonstrar de maneira teórica e com base na literatura atual, este trabalho visa conceituar os diferenciais de um bom atendimento e apresentar as vantagens do bom atendimento para as organizações.

Além disso, propõe-se a descrever ferramentas e treinamentos disponíveis para a capacitação do profissional de atendimento, estimulando o aprendizado contínuo e elevando a motivação do profissional.

Por outro lado, o tema escolhido também é de grande proveito para os acadêmicos do curso de Administração porque apresenta a importância e o impacto causado pela gestão de atendimento em uma empresa.

1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO

Este trabalho será realizado a partir de pesquisas, considerando o modelo referencial de uma pesquisa bibliográfica, que está presente substancialmente no

ambiente acadêmico, tendo como objetivo o aperfeiçoamento sobre determinado conhecimento, a partir de pesquisas em obras existentes.

Conforme afirma Andrade (2010), a pesquisa bibliográfica é uma propensão indispensável nos cursos de formação superior, pois constitui o primeiro fragmento para todas as atividades acadêmicas.

O tema escolhido será explorado por livros e artigos publicados, tendo como objetivo apresentar os conceitos de atendimento, apresentando os diferenciais para um bom atendimento assim como as ferramentas para uma melhora contínua do bom atendimento.

No decorrer do trabalho também será apresentada uma pesquisa de satisfação quanto ao atendimento bancário nas agências bancárias públicas no município de Paracatu - MG, sendo uma pesquisa quantitativa com 32 usuários, pertencente ao sexo feminino e masculino, com idade média entre 16 a 50 anos, visando demonstrar a percepção do cliente quanto ao atendimento recebido e também apresentando os impactos causados pela falta da qualidade na prestação dos serviços na organização bancária.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi dividido em cinco capítulos, o primeiro referente a introdução, no qual será abordado uma visão geral dos assuntos a serem discutidos ao longo da monografia.

O segundo conceitua o atendimento bancário em relação aos diferenciais.

O terceiro foca em apresentar ferramentas para o desenvolvimento contínuo do bom atendimento.

O quarto se dedica a demonstrar os impactos causados nas instituições a partir do bom atendimento, por meio de uma pesquisa realizada.

O quinto e último diz respeito às conclusões finais, tratando de apresentar a visão geral dos resultados da pesquisa realizada, e sua relação com o campo estudado.

2 CONCEITO DE ATENDIMENTO E SEUS DIFERENCIAIS

Segundo Alves (2013) uma das maiores preocupações em empresas de todo o mundo é referente a qualidade, e isso não difere para organizações bancárias, que cada vez mais buscam satisfazer seus clientes, por meio do desenvolvimento de vários recursos.

Alves (2013) aponta a importância da qualidade no atendimento ao cliente, o qual possui características fundamentais para o sucesso de qualquer organização, e isso se deve a consideração de que, durante a compra, o cliente vive um momento de satisfação.

Neste sentido, Alves (2013) destaca o fator de que a qualidade no atendimento começa no ato de cumprimentar e responder ao cumprimento do cliente, esse fator é um tratamento que encanta o cliente, sendo que ao se sentir bem atendido, desperta a confiança do cliente gerando o sucesso da venda.

Costa (2013), expõe que a filosofia do cliente em primeiro lugar, é uma base fundamental da qualidade. A empresa, ao dispor de um bom atendimento, tem um cliente satisfeito, mesmo em momentos no qual a empresa não supera sua expectativa. Sendo assim, manter o foco no cliente é um objetivo da organização que visa estabelecer uma longa relação pautada em confiança e credibilidade para fidelizar este usuário e obter novos.

Ferreira (2013) relatam a importância de outro fator capaz de gerar um diferencial no atendimento ao cliente, o clima organizacional. Podendo ser definido como o momento de relação entre a organização e seus colaboradores. Manter um bom clima organizacional resulta na maior satisfação dos colaboradores que consequentemente refletem sua satisfação prestando um atendimento personalizado, ético e íntegro ao cliente.

Alves (2013) destaca principalmente sistemas de premiação e programas de incentivo, os quais geram oportunidades reais de desenvolvimento, além da atualização constante dos conhecimentos e aprimoramento das habilidades dos colaboradores, por treinamentos e capacitações.

Sabino (2019), neste contexto, aborda que a execução inadequada na prestação de serviços é um fator de influência no resultado de satisfação do relacionamento atendente-cliente. A qualidade do atendimento também é medida na

capacidade do prestador do serviço identificar as principais demandas e expectativas do cliente para articular informações e produtos que ajudem a satisfazê-las.

Netto (2013) destaca que é notável que, ao colocar o cliente em primeiro lugar, garantindo sua satisfação de necessidades de forma sólida e sempre superando suas expectativas, pode resultar no retorno deste cliente, assim, a qualidade do serviço pode ser estimada quando atende às demandas dos seus consumidores de forma satisfatória.

Alves (2013) traz também o autoatendimento, uma proposta voltada para a autonomia do cliente no processo de buscar uma solução para sua demanda, mas mesmo nesse processo, a empresa ainda deve prezar pela sua qualidade. Muitas vezes, o cliente que busca pelo autoatendimento deseja rapidez, agilidade e facilidade na solução de seu problema, então, o investimento em deixar esse serviço prático e rápido, é crucial para sua qualidade.

Sabino (2019) destaca a importância da análise de perfil do cliente. No atendimento bancário, a identificação do perfil do cliente é importante para aplicar uma abordagem de acordo com seu estilo. Alguns desses perfis de cliente são:

Quadro 1: Tipos de clientes e suas descrições

TIPO DE CLIENTE	DESCRIÇÃO
Impaciente	O consumidor indagador e insistente, ele deve ser atendido com brevidade e cortesia.
Barganhador	Cliente que busca vantagens, o colaborador deve agir com tato, analisando sua fala para que possa argumentar com convicção.
De bom senso	É o usuário amável, agradável e inteligente, deve ser atendido com atenção mantendo um clima de simpatia.

Fonte: Elaborado pela autora

Alves (2013) destaca o atendimento por telefone, uma modalidade que visa a comodidade e a praticidade em sua realização, mas que em algumas situações pode ser demorada e burocrática, então, a sua utilização exige um desenvolvimento específico para melhor atender aos clientes.

Kotler (2003) aponta que a qualidade no atendimento ao cliente é um grande diferencial entre a concorrência, mas a qualidade do atendimento está diretamente ligada a cultura de uma empresa, sendo que o desenvolvimento da qualidade possui um grau de dificuldade ligado aos atendentes, este profissional deve então ter a consciência de que sua imagem reflete a imagem da empresa.

Lacerda (2005) define que atender às necessidades dos clientes é função básica da empresa ao longo do tempo e não apenas no momento da prestação do serviço ou venda de um produto.

Milet (1997) ressalta o conceito de serviço e qualidade no atendimento, os quais são complementares, já que o atendimento engloba as dimensões relacionadas à venda de produtos/serviços e ao tratamento oferecido pelo funcionário na venda.

Assim, o desenvolvimento do atendimento de qualidade se torna um grande diferencial no mercado bancário, visto que atualmente existem muitos prestadores do mesmo produto ou serviço no mercado.

No próximo capítulo, serão abordadas algumas ferramentas para a melhoria contínua no atendimento ao cliente.

3 FERRAMENTAS PARA MELHORIA CONTÍNUA DO BOM ATENDIMENTO

Costa (2015), retrata que no cenário atual de progresso e evolução tecnológica, os clientes estão cada vez mais exigentes, seletivos, sofisticados e com um alto grau de expectativas em relação ao atendimento.

Betancourt (2018), descreve a melhoria contínua como um processo voltado para a busca do melhoramento diário e ininterrupto de atividades que envolvem toda a organização. Ao analisar separadamente, os atos pequenos de mudanças, as melhorias podem não ser consideradas significativas, mas quando analisadas de forma ampla, buscando compreender o que elas significam no todo, causam grande impacto na organização.

Kotler (2003), aponta que atrair e reter clientes se tornou uma tarefa ainda mais difícil com o decorrer dos anos, hoje, os clientes têm a seu dispor uma grande variedade de prestadores de serviço, preços, fornecedores, entre outros fatores que geram competitividade entre empresas.

Saboya (2020) mostra que atualmente há uma vasta opção de empresas, de *fintechs* (empresas de tecnologia financeira) e financeiras para cada área de atuação de uma agência bancária. Tornando o atendimento ao cliente o maior diferencial para sua retenção.

Alves (2019), cita a continuidade na melhoria do bom atendimento como uma forma de se adaptar à realidade do mercado, buscar solucionar os problemas do consumidor na era da globalização.

Kotler (2000) traz que a definição de qualidade está associada a percepção de cada indivíduo, existindo muitas formas de conceituá-la e muitas maneiras de implantá-la, a qualidade pode ser associada a aparência, preço, tudo depende de quem analisa e também o que esta pessoa considera mais importante. (Kotler, 2000)

Para Kotler (2000), a qualidade pode ser definida como uma totalidade de atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas. O autor completa dizendo que, a qualidade total é o momento no qual a qualidade passa a ter como característica principal a melhoria contínua dos processos da empresa e a finalidade de satisfazer não só o cliente, mas todos que contribuem para o funcionamento de uma organização.

O desenvolvimento do funcionário também deve acontecer por treinamentos disponibilizados pela organização. Segundo estudo realizado pela consultoria Deloitte e promovido pela FEBRABAN (Federação Brasileira de Bancos), os investimentos em treinamentos seguem como prioridade nas organizações bancárias, apresentando um aumento significativo em 2021, comparando aos anos anteriores, com investimentos superiores a R\$56,8 milhões em treinamento para todos os funcionários bancários apenas em 2021, (FEBRABAN, 2022)

Maximiano (2000), traz como uma das ferramentas para a melhoria do bom atendimento a gestão da qualidade total, a qual busca vencer a concorrência, valorizar a imagem da empresa no mercado, aumentar o nível de confiança que os consumidores têm e promover cada vez mais a qualidade do que produzem.

Maximiano (2000), completa dizendo que a gestão de qualidade total é formada pelos sentimentos que as pessoas partilham a respeito da organização e que afetam de maneira positiva ou negativa sua satisfação com a mesma, dentro dessa gestão, encontra-se o clima organizacional, o fator de motivação para o trabalho dos colaboradores, importante para se ter a execução de um trabalho com impacto positivo, já que o colaborador sempre irá refletir a imagem da empresa.

A seguir, será apresentada algumas ferramentas que podem ser utilizadas para o melhoramento contínuo em atendimentos bancários.

a) Kaizen: Dentre as ferramentas de melhoria contínua para o bom atendimento, uma que merece destaque, é o modelo japonês denominado Kaizen, que possibilita resultados satisfatórios, não só em âmbito profissional, mas também de forma pessoal. No Kaizen, é reconhecido que muitas vezes trabalhar bem não significa trabalhar muitas horas e sim trabalhar com foco naquelas horas, não existe progresso onde não existe comprometimento (Imai, 1997).

Betancourt (2018), ressalta que, no Kaizen, a visão é que tudo pode ser melhorado, então sempre deve ser pensado na melhoria contínua, buscar o que pode ser aprimorado e sustentar a melhoria para progredir. Essa ferramenta vem crescendo nas empresas, já que incentiva a aplicabilidade e implementação contínua de ações de melhoria.

b) Programa 5s: Outra ferramenta muito eficiente é o 5S, conforme exposto por Betancourt (2018), o modelo 5S vem do Japão, e surgiu durante a reconstrução

do país após a Segunda Guerra Mundial. O termo refere-se a cinco palavras japonesas: *Seiri* (Senso de Utilização); *Seiton* (Senso de Ordenação); *Seisou* (Senso de Limpeza); *Seiketsu* (Seso de Saúde) e; *Shitsuke* (Senso de Autodisciplina). Betancourt (2018) explica que o objetivo do programa 5S é mobilizar, motivar e conscientizar todos da empresa para um padrão de atitudes e comportamentos que se reflita na manutenção e melhoria contínua de excelentes condições de limpeza, ordem e segurança dos ambientes de trabalho, adequadas as operações e ao bem-estar de todos.

O autor destaca que essa metodologia é muito utilizada em pequenas e médias empresas por sua fácil aplicação e a vantagem de que não requer muitos recursos financeiros ou tecnologia, mas sim, o envolvimento das pessoas para a sua efetivação.

Costa (2015), ressalta que a aplicação do 5S gera uma mudança no clima organizacional da empresa, não somente para os colaboradores, mas para aqueles que a visitam, demonstrando um espaço visivelmente agradável e mais acolhedor, gerando uma sensação de familiaridade para o cliente, que busca conforto quando for atrás de soluções para suas demandas.

c) Pesquisa de satisfação: Rodrigues (2019), destaca a pesquisa de satisfação de clientes como ferramenta de melhoria contínua, o autor destaca a crescente exigência dos clientes e a importância da satisfação dos clientes como prioridade na gestão das empresas que acreditam que seja importante o comprometimento com seus clientes.

Rossi (1998), descreveu a pesquisa de satisfação de clientes como um sistema de administração de informações que continuamente capta a voz do cliente, através da avaliação de desempenho da empresa a partir de seu ponto de vista. A pesquisa de satisfação tem o propósito de identificar falhas e buscar pontos de melhorias, para que as atividades desenvolvidas se tornem mais eficientes. Quando a pesquisa é realizada, o cliente automaticamente espera uma melhora nos serviços, então, é importante garantir que o cliente seja ouvido.

É notória a importância dessas ferramentas para a melhoria da qualidade do bom atendimento e para a retenção de clientes, principalmente devido à evolução do mercado bancário nos últimos anos. No próximo capítulo, será ressaltado por meio

de uma pesquisa de campo os impactos causados nas instituições a partir do bom atendimento.

4 OS IMPACTOS CAUSADOS NAS INSTITUIÇÕES A PARTIR DO BOM ATENDIMENTO

De acordo com Lorente (2013), um dos métodos mais utilizados para conhecer as expectativas dos clientes e atraí-los, são as pesquisas feitas com a finalidade de ver sua posição no que diz respeito ao atendimento de uma instituição.

Lorente (2013) continua sua fala relatando a importância de as empresas terem que se adequar a era da globalização, onde o cliente entende melhor seu papel de escolha e exige mais das escolhas que tem, esses clientes querem que o atendimento supere sua expectativa, e entender quais são as expectativas e a visão atual do cliente é muito importante nesse meio.

Costa (2013) ressalta que, a qualidade realmente se tornou um diferencial no mercado atualmente, e que, em muitos casos, definindo a qualidade não é definida pela empresa, e sim pelo cliente e sua avaliação da mesma. Com isso, a realização de uma avaliação quanto a opinião de clientes sobre o atendimento bancário em instituições públicas se faz necessário.

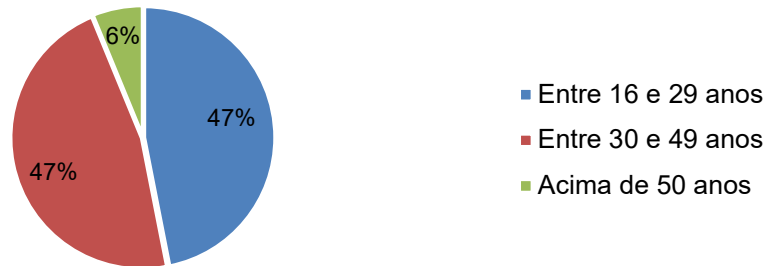
4.1 PESQUISA QUANTO A SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO BANCÁRIO

Pensando em analisar como as pessoas avaliam a qualidade do atendimento bancário, foi realizada uma pesquisa quantitativa com 32 pessoas a partir de 16 anos, a seguir será apresentado os gráficos relativos aos resultados dessa pesquisa e em seguida a discussão quanto ao tema.

Segundo Kaufmann (2006), a partir dos 16 anos é quando a maioria das pessoas começa a usar os serviços de instituições bancárias, assim, a pesquisa foi feita com o público a partir dessa idade para se ter uma visão mais voltada para o público o qual utiliza os serviços dessas instituições.

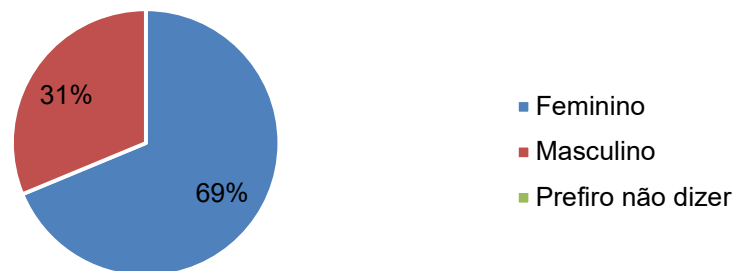
Inicialmente, as perguntas 1 e 2 tem como foco entender quem é o público o qual está sendo entrevistado, trazendo sua idade e sexo para termos uma melhor visão quanto aos mesmos.

1- Qual sua faixa etária?



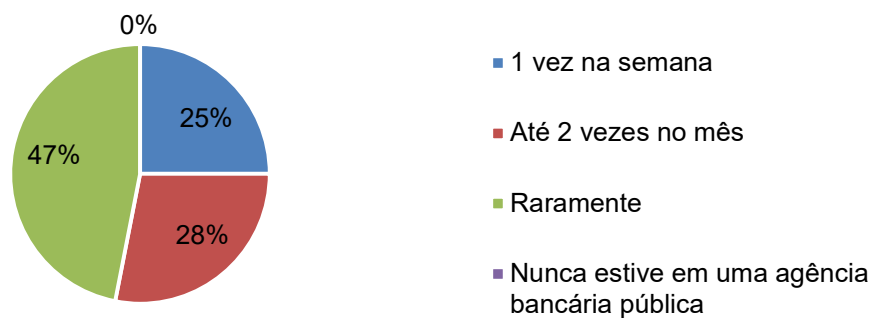
Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

2- Qual seu Sexo?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

3- Com qual frequência você utiliza serviços de uma Agência Bancária Pública (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BDMG)?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a)

A pergunta 3 visa compreender melhor a frequência quanto a utilização das instituições bancárias públicas por parte dos entrevistados, para compreender se o público em questão utiliza esse serviço com frequência.

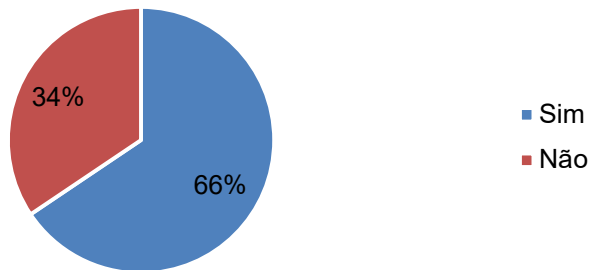
Costa (2013) refere que, dentro do uso dos serviços bancários, o cliente espera da instituição diferenciais no atendimento comparado a outras instituições e, dentre esses diferenciais, a rapidez e a qualidade do atendimento estão presentes. Pensando em rapidez e qualidade de atendimento, as perguntas 4 e 5 expõe a satisfação dos clientes entrevistados quanto a esses dois fatores.

4- Quando você recebe um atendimento em uma agência bancária pública, qual o prazo médio que você permanece na agência até iniciar seu atendimento?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

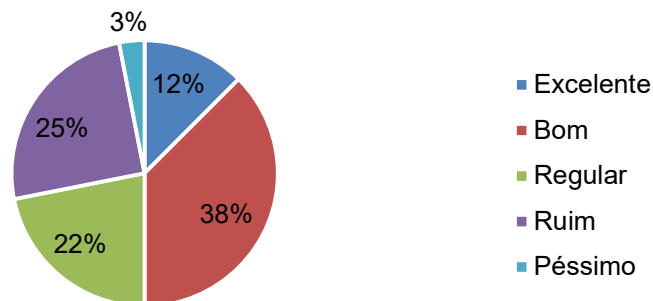
5- Após receber atendimento em uma instituição bancária pública, você tem suas demandas resolvidas imediatamente?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

Netto (2013) relata que a satisfação do cliente muitas vezes é um indicador que gera uma falsa segurança para a empresa, já que, o cliente satisfeito nem sempre retorna. Assim, a pergunta 6 vem com o objetivo não apenas de analisar a satisfação dos clientes, mas também para analisar que, mesmo com um certo nível positivo de satisfação, em um momento posterior da pesquisa, os entrevistados ainda terão comentários negativos a fazer quanto as instituições.

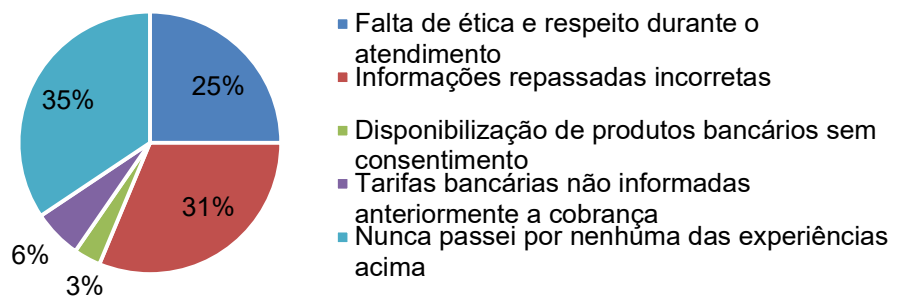
6- Como você classifica o atendimento nas agências bancárias públicas?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

A pergunta 7 surge justamente como um primeiro fator negativo como exposto no parágrafo anterior, onde, mesmo vendo uma análise positiva na pergunta anterior, nessa já vemos uma maioria insatisfeita com alguns fatores.

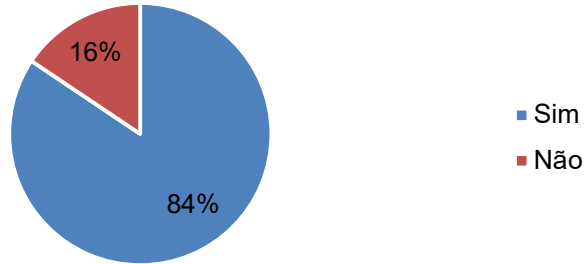
7- Você já passou por alguma das experiências a seguir em uma instituição bancária pública?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

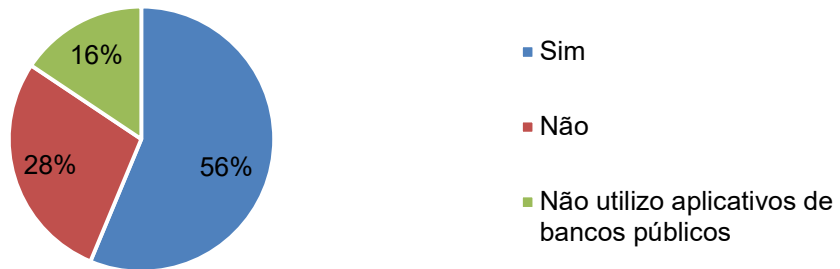
Alves (2013) destaca que não apenas o atendimento bancário físico deve ser avaliado, mas também o atendimento virtual deve ser analisado quanto a diferencial de uma instituição. Pensando nisso, as perguntas 8 e 9 visam trazer a análise de satisfação quanto as ferramentas tecnológicas disponíveis.

8- Você utiliza aplicativos referentes aos bancos públicos?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

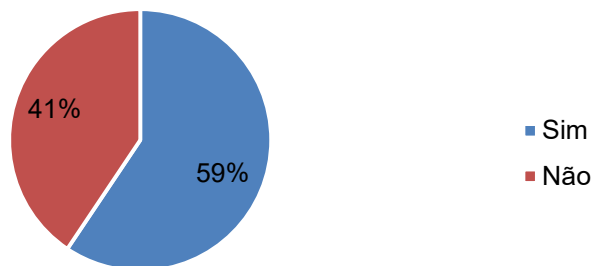
9- O aplicativo bancário que você utiliza dispõe de ferramentas para atender todas as suas demandas?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

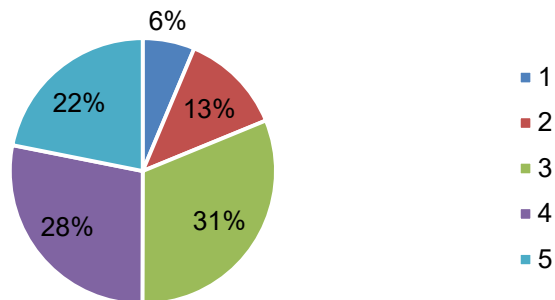
As perguntas 10, 11 e 12 se aprofundaram mais na perspectiva do cliente quanto sua satisfação com relação às instituições bancárias públicas, trazendo a noção de recomendação e se os clientes manteriam relações com essas instituições.

10- Você indicaria para seus amigos e familiares frequentarem agências bancárias públicas as quais você já utilizou?



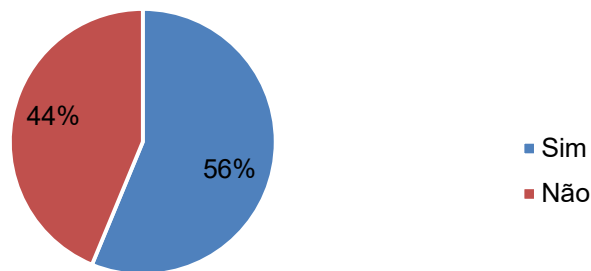
Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

11- Sendo 1 péssimo e 5 ótimo, como você classifica o último atendimento que recebeu em uma agência bancária pública?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

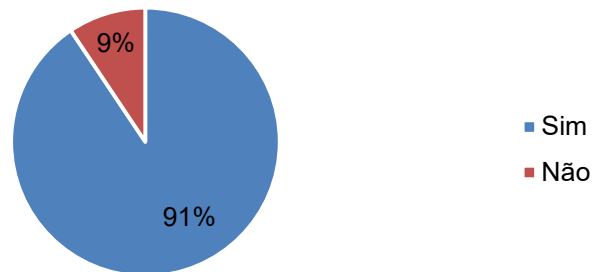
12- Você manteria um relacionamento frequente entre consumidor e cliente, na última agência bancária pública a qual você recebeu um atendimento?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

Netto (2013) ainda ressalta - pensando na lógica da globalização - a importância de se reconhecer a necessidade do constante desenvolvimento e melhoria da instituição. Assim, na pergunta 13, foi destacado mais um ponto que mostra um fator negativo na visão dos clientes, a necessidade da melhoria contínua e aprimoramento das instituições bancárias públicas, quanto ao seu atendimento e serviços prestados. Reforçando o que vem sendo apresentado sobre a exigência do cliente na prestação de um serviço e atendimento personalizado, eficiente e eficaz.

13- Em sua opinião, é necessário uma melhora na prestação de serviços e no atendimento prestado em agências bancárias públicas?



Fonte: Elaborado pelo (a) autor (a).

4.2 ANÁLISE DE RESULTADOS DA PESQUISA

Em relação aos dados analisados no gráfico 1 e 2, não foi notória nenhuma relação de sexo e/ou idade com os dados obtidos, quanto a opinião em relação ao atendimento nos bancos públicos. Entrevistados de diferentes idades e sexos deram respostas variadas, demonstrando que esses não são fatores que parecem influenciar na experiência do usuário nas agências.

Kaufmann (2006), afirma que a tendência de uso de instituições bancárias é igualmente proporcional a idade, ou seja, com o passar dos anos, o ser humano tende a fazer mais uso dessas instituições, inclusive muitos aposentados. Porém, em razão do estudo aqui apresentado ter sido feito em plataformas digitais, acreditamos que o público acima de 50 anos não foi tão presente na mesma, resultando no baixo envolvimento deles nesse caso.

O gráfico 3 apresenta a frequência a qual o público utiliza serviços em agências bancárias públicas, já o gráfico 4 e 5 demonstra o resultado do atendimento recebido pelo cliente, segundo sua perspectiva, é observado no resultado do gráfico 4 que em média 81% dos clientes aguardam mais que uma hora para iniciar um atendimento em agências públicas, fato que merece atenção, pois como exposto no Tribunal de Justiça de Minas Gerais através da Lei Estadual de Minas Gerais n.º 14.235/2002 Art.1º - O estabelecimento bancário é obrigado a atender o cliente no prazo máximo de 15 minutos, contados a partir do momento em que o mesmo entra na fila para atendimento.

O gráfico 6 apresenta a satisfação do cliente, que é geralmente definida a partir da superação de suas expectativas. Logo no gráfico 7 é demonstrado que 65,63% dos entrevistados já passaram por no mínimo uma experiência negativa em agências bancárias públicas, como informações repassadas incorretas, disponibilização de produtos bancários sem consentimento, falta de ética e respeito durante o atendimento, entre outras.

Fiebig (2011), diz que mesmo uma experiência negativa em uma instituição bancária já consegue gerar no cliente o desinteresse em continuar com essa instituição, com isso, ressalta-se a importância do aprimoramento do atendimento bancário e de se ouvir a opinião de clientes, valorizando assim, a melhor experiência possível para o mesmo.

Observa-se a partir do gráfico 8 e 9 a relação dos clientes com os aplicativos bancários, sendo que apenas 16% dos entrevistados não os utilizam. Mostrando assim, que o aplicativo é um instrumento real para muitos usuários, logo, as organizações podem desburocratizar mais processos para aumentar a praticidade do cliente, melhorando sua experiência com a empresa.

Lorente (2013) destaca a importância de se aprimorar o autoatendimento e os aplicativos de instituições bancárias, já que esses serviços também se apresentam como parte do atendimento de uma instituição, sendo assim responsabilidade das mesmas se preocupar com a experiência do cliente nesses campos. Porém, diferente do atendimento convencional, o foco do autoatendimento e de aplicativos está muito mais voltado para praticidade em usar um serviço, ressaltando a experiência digital do usuário.

O gráfico 10, 11 e 12 apresenta a satisfação do cliente quanto suas experiências. Tornando-se compreensível a partir do gráfico 10 que 41% dos clientes não indicariam para que familiares e amigos frequentem agências bancárias públicas as quais estes já foram atendidos, ou seja, são clientes que provavelmente não foram fidelizados por estas organizações, devido alguma expectativa de atendimento que não foi suprida.

Fiebig (2011), esclarece que a indicação do uso de uma instituição bancária está diretamente ligada a experiência dos clientes e sua relação com a instituição bancária, assim, muitos dos entrevistados, os quais demonstraram ter uma

experiência negativa com instituições bancárias, são os mesmos a dizerem que não recomendariam esse serviço para familiares e amigos.

Por fim, é importante ressaltar também o resultado em relação ao gráfico 13, o qual demonstra que 91% do público acredita que os serviços de atendimento em bancos públicos devem melhorar.

Segundo estudo realizado pela consultoria Deloitte e promovido pela FEBRABAN (Federação Brasileira de Bancos), em 2021, aproximadamente 140.000 profissionais bancários foram treinados e capacitados, sendo que essa grande expansão nos treinamentos confirma o cenário de constante transformação da indústria.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo foi realizado com o intuito de apresentar alternativas para a diminuição de reclamações advindas do atendimento bancário, por pesquisas bibliográficas em bases científicas como o Google Acadêmico e o SciELO, além de uma pesquisa realizada com o público através do Google Forms.

Considerando duas hipóteses, provavelmente fazendo uma pesquisa de satisfação com os clientes, a instituição poderá destacar quais competências técnicas os funcionários precisam melhorar, para desta forma fornecer treinamento adequado. Provavelmente a realização de treinamentos e capacitação aliados as ferramentas corretas contribuirão para melhoria do atendimento da organização.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, pode ser destacado que atualmente o atendimento é um diferencial no mercado bancário, assim como superar a expectativa do cliente é o fundamental para sua fidelização, e que o clima organizacional impacta diretamente no atendimento ao cliente.

Logo, foi afirmado a existência de ferramentas disponíveis para a melhoria dos profissionais de atendimento bancário, como treinamentos, gestão de qualidade total, pesquisa de satisfação, entre outras, que em conjunto com a melhoria contínua das organizações geram a superação da expectativa do cliente.

Após a realização da pesquisa quantitativa com 32 usuários de agências bancárias públicas, foi realizada uma análise dos resultados que demonstrou a confirmação das hipóteses levantadas no início do trabalho.

Porém, futuramente, com a continuidade deste trabalho, será necessário um aprofundamento nas perguntas para a pesquisa de campo, com intuito de alcançar um público mais diversificado, realizando uma pesquisa mais precisa e detalhada.

Contudo, conclui-se que foi possível um grande aproveitamento em conhecimento a partir do desenvolvimento deste trabalho, confirmando as duas hipóteses iniciais, mostrando que provavelmente realizando uma pesquisa de satisfação com os clientes é possível identificar pontos de melhorias durante a prestação do atendimento, podendo assim disponibilizar treinamentos e capacitar os funcionários para eliminar as falhas.

Por fim, provavelmente com a realização de treinamentos e capacitação dos funcionários, aliados com ferramentas adequadas é possível manter a melhoria contínua do atendimento, assim sendo possível alcançar os objetivos propostos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fabiana Cristina. **Qualidade no Atendimento Bancário**. Fundação Pedro Leopoldo, 2013. Disponível em: <https://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/graduacao/tcc/2013/tcc_fabiana_cristina_aves_2013.pdf> Acesso em: 25 ago. 2022.

ALVES, Jéssika Santos; Santos Júnior, Bento Francisco. O uso das ferramentas da qualidade para a melhoria no setor de atendimento ao cliente. **Anais do XI SIMPROD**, 2019. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/12575>> Acesso em: 30 ago 2022.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2010. Disponível em: <<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1074307>>. Acesso em: 25 ago. 2022.

BETANCOURT, Karen; Vargas, Katiúscia de Fatima Schiemer. Melhoria contínua: Aplicação da ferramenta 5S em um escritório de contabilidade em Santana do Livramento. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 10, n. 2, 2018. Disponível em: <https://guri.unipampa.edu.br/uploads/evt/arq_trabalhos/16704/seer_16704.pdf> Acesso em: 30 ago. 2022.

COSTA, Ariana de Sousa Carvalho; Santana, Lídia Chagas de; Trigo, Antônio Carrera. Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. **Revista de Iniciação Científica–RIC Cairu**, v. 2, n. 2, p. 155-172, 2015. Disponível em: <https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/10_QUALIDADE_ATEND_CLIENTE.pdf> Acesso em: 30 ago. 2022.

COSTA, C. U.; Nakata Y. U.; Calsani J. R. S. **Qualidade no atendimento: a influência do bom atendimento para conquistar clientes**. UNISEB, Ribeirão Preto, v.1, 2013. Disponível em: <<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/4.pdf>> Acesso em: 25 Ago. 2022.

FERBRABAN. **Pesquisa FEBRABRAN de Tecnologia Bancária**. Deloitte, 2022, v. 2. Investimentos em tecnologia. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa./>> Acesso em: 25 Ago. 2022.

FERREIRA, Patricia Itala. **Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho**. Série MBA Gestão de Pessoas, 2013. Cap. 2 pág 35.

FIEBIG, Émerson Adriano; FREITAS, Ernani Cesar de. Canais de atendimento, satisfação e lucratividade de clientes em serviços: um caso bancário. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 17, p. 742-775, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/read/a/kkqz9tXvWqT5dLBMM6VTJnM/?lang=pt> Acesso em: 17 nov. 2022.

JUSBRASIL, **Tribunal de Justiça de Minas Gerais TJ-MG**. EMENTA: EMBARGOS EXECUÇÃO- MULTA ADMINISTRATIVA- LEI 14.235/2002- NULIDADE CDA- PROCEDÊNCIA EMBARGOS. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-mg/121121367/inteiro-teor-121121410> > Acesso em: 17 nov. 2022.

IMAI, M. **Gembra Kaizen**: a commonsense, low cost approach to management. New York: McGraw-Hill, 1997. Disponível em: <<http://erepository.uonbi.ac.ke/handle/11295/100474>> Acesso em: 30 ago. 2022.

KAUFFMANN, Sylvio. **Canais de atendimento bancário e satisfação do cliente: estudo em bancos de varejo**. 2006. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Disponível em: <https://oatd.org/oatd/record?record=oai:pucpr.br:651> Acesso em: 17 nov. 2022.

KASTNER, Tássia. **O banco mais antigo do mundo tem 549 anos** – e está prestes a fechar as portas. VOCE S/A, 2021. Disponível em: <<https://voca.abril.com.br/sociedade/o-banco-mais-antigo-do-mundo-tem-549-anos-e-esta-prestes-a-fechar-as-portas/>> Acesso em: 18 ago. 2021.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. Disponível em: <<https://elibrary.ru/item.asp?id=1523259>> Acesso em: 26 ago. 2022.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14601069810199663/full/html> > Acesso em: 30 ago 2022.

LACERDA, Flávia Alves de Brito. **Gestão da qualidade**: fundamentos da Gestão da qualidade: parcerias eficazes: satisfação dos clientes, fornecedores, sociedade, sócios e colaboradores. Brasília: SEBRAE, 2005. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/96/96132/tde-06122012-154727/en.php>> Acesso em: 26 ago. 2022.

LORENTE, Raffaella Piratelo. **A importância da qualidade do atendimento bancário e a sua evolução**. 2013. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1011260818.pdf> Acesso em: 17 nov. 2022.

MAXIMINIANO. A.C.A. **Teoria Geral da Administração**: da escola científica à competitividade na economia globalizada. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000. Disponível em: <<https://repositorio.usp.br/item/001004752>> Acesso em: 30 ago. 2022.

MILET, Evandro Barreira. **Qualidade em serviços**: principio para a gestão contemporânea das organizações. Rio de Janeiro: Ediouro; Brasília: MCT, IBICT, 1997. Disponível em: <<https://pesquisa.bvsalud.org/porta/resource/pt/lil-239138>> Acesso em: 26 ago. 2022.

NETTO, Gabriela Berneira; DAMINI, Nedir Rosane. **O atendimento ao cliente como estratégia de sucesso**. Artigo científico apresentado a disciplina de Língua Portuguesa IV. Rio Grande do Sul. 2013. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/ser/article/viewFile/1754/1868>> Acesso em: 26 ago. 2022.

RODRIGUES, Thales Volpe et al. **Utilização de pesquisa de satisfação de clientes como ferramenta para decisões gerenciais e melhoria contínua em um salão de beleza**. 2019. Disponível em: <http://aprepro.org.br/combprepro/2019/anais/arquivos/09212019_200926_5d86afc2cf5b7.pdf> Acesso em: 30 ago. 2022.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas; SLONGO, Luiz Antonio. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração contemporânea**, v. 2, p. 101-125, 1998. Disponível em: <<https://www.scielo.br/rac/a/nwpcfNHVMj4LYjbrxbQmCFNS/abstract/?lang=pt>> Acesso em: 30 ago. 2022.

SABINO, Waulio Tadeu Rocha; BIANCHI, Leonardo Carlos Dantas. Como a qualidade do atendimento pode afetar uma organização: Um estudo sobre a importância de um bom atendimento ao cliente. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 1, p. e2781582, 2019. Disponível em: <<https://www.rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/582/589>> Acesso em: 26 ago. 2022.

SABOYA, Lefebvre. **Como atender e vender em qualquer instituição financeira**. Copyright 2020 cap. 1 pág. 12.

SANTOS, Silvania dos. **A qualidade no atendimento bancário da agência do Banco do Brasil em Estância (SE)** – Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE, 2017, 77p. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10228/2/Silvania_Santos.pdf> Acesso em: 25 ago. 2022.

ANEXO I

Questionário sobre satisfação dos clientes em relação ao atendimento em instituições bancárias públicas.

Questão 1: Qual sua faixa etária?

- a) Entre 16 e 29 anos;
- b) Entre 30 e 49 anos;
- c) Acima de 50 anos.

Questão 2: Qual seu sexo?

- a) Feminino;
- b) Masculino;
- c) Prefiro não dizer.

Questão 3: Com que frequência você utiliza serviços de uma Agência Bancária Pública (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BDMG)?

- a) 1 vez na semana;
- b) Até 2 vezes no mês;
- c) Raramente;
- d) Nunca estive em uma agência bancária pública.

Questão 4: Quando você recebe um atendimento em uma agência bancária pública, qual o prazo médio que você permanece na agência até iniciar seu atendimento?

- a) Menos de 30 minutos;
- b) Até 1 hora;
- c) Entre 1 e 2 horas;
- d) Mais que 2 horas.

Questão 5: Após receber atendimento em uma instituição bancária pública, você tem suas demandas resolvidas imediatamente?

- a) Sim;
- b) Não.

Questão 6: Como você classifica o atendimento nas agências bancárias públicas?

- a) Excelente;
- b) Bom;
- c) Regular;
- d) Ruim;
- e) Péssimo.

Questão 7: Você já passou por alguma das experiências a seguir em uma instituição bancária pública?

- a) Falta de ética e respeito durante o atendimento;
- b) Informações repassadas incorretas;
- c) Disponibilização de produtos bancários sem consentimento;
- d) Tarifas bancárias não informadas anteriormente a cobrança;
- e) Nunca passei por nenhuma das experiências acima.

Questão 8: Você utiliza aplicativos referentes aos bancos públicos?

- a) Sim;
- b) Não.

Questão 9: O aplicativo bancário que você utiliza dispõe de ferramentas para atender todas as suas demandas?

- a) Sim;
- b) Não;
- c) Não utilizo aplicativo de bancos públicos.

Questão 10: Você indicaria para seus amigos e familiares frequentarem agências bancárias públicas as quais você já utilizou?

- a) Sim;
- b) Não.

Questão 11: Sendo 0 péssimo e 5 ótimo como você classifica o último atendimento que recebeu em uma agência bancária pública?

Questão 12: Você manteria um relacionamento frequente entre consumidor e cliente, na última agência bancária pública a qual você recebeu um atendimento?

- a) Sim;
- b) Não.

Questão 13: Em sua opinião é necessária uma melhoria na prestação de serviços e no atendimento prestado em agências bancárias públicas?

- a) Sim;
- b) Não.