

**FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
ADMINISTRAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM GESTÃO DE
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

VALDES CARRIJO CAMPOS

**MOROSIDADE E SATISFAÇÃO NO ATENDIMENTO NA
AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL DE RUBIATABA: UM
ESTUDO DE CASO**

**RUBIATABA-GO.
2006.**

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
ADMINISTRAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM GESTÃO DE
SISTEMA DE INFORMAÇÃO



VALDES CARRIJO CAMPOS

**MOROSIDADE E SATISFAÇÃO NO ATENDIMENTO NA
AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL DE RUBIATABA: UM
ESTUDO DE CASO**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Sistemas de Informação, sob a orientação do Professor Cláudio Kobayashi.

25209
Carrijo

Tombo n°	12842
Classif.:	658.818
Ex.:	1 VALDES
Origem:	d
Data:	20-5-07

RUBIATABA-GO.
2006.

Campos, Valdes Carrijo

Morosidade e satisfação no atendimento na agência do Banco do Brasil de/Rubiataba: um estudo de caso. / Valdes Carrijo Campos – Rubiataba - GO: FACER, 2006.

68 p.

Orientador: Cláudio Kobayashi (Especialista)
Monografia (Graduação em Administração de Empresas)
Bibliografia.

1. Satisfação dos clientes 2. Qualidade no atendimento 3. Serviço ao cliente I. Campos, Valdes Carrijo. II. Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. III. Título.

CDU 658.818

Elaborada pela bibliotecária Célia Romano Amaral Mariano – CRB-1/1528

FOLHA DE APROVAÇÃO

VALDES CARRIJO CAMPOS

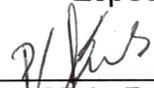
MOROSIDADE E SATISFAÇÃO NO ATENDIMENTO NA AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL DE RUBIATABA: UM ESTUDO DE CASO

COMISSÃO JULGADORA
MONOGRAFIA PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUAÇÃO PELA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

Orientador _____


Prof. Cláudio Kobayashi
Especialista em Agronegócio

2º Examinador _____


Sílvia Regina Starling Assad Ávila
Especialista em Docência Universitária

3º Examinador _____


Fernanda Regina Nascimento
Doutora em Agronomia

Rubiataba, 10 de dezembro de 2006.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, aos meus pais, irmãos, namorada, e aos amigos presentes e ao amigo ausente GUILHERME EDUARDO.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 e Gráfico 1 - Idade.....	34
Tabela 2 e Gráfico 2 - Sexo	34
Tabela 3 e Gráfico 3 - Nível de escolaridade	35
Tabela 4 e Gráfico 4 - Possui alguma conta na Agência do Banco do Brasil.....	35
Tabela 5 e Gráfico 5 - Tipo de conta	35
Tabela 6 e Gráfico 6 - Conhecimento dos TAAs(Terminais de Auto-Atendimento).....	36
Tabela 7 e Gráfico 7 - Utilização dos TAAs (Terminais de Auto-Atendimento).....	36
Tabela 8 e Gráfico 8 - Média do tempo gasto nas operações realizadas.....	36
Tabela 9 e Gráfico 9 - Freqüência de utilização dos TAAs.....	37
Tabela 10 e Gráfico 10 - Tem dificuldade na utilização dos TAAs...	37
Tabela 11 e Gráfico 11 - A agência oferece apoio na utilização.....	38
Tabela 12 e Gráfico 12 - Se sim, como classifica esse apoio.....	38
Tabela 13 e Gráfico 13 - Este apoio é suficiente.....	38
Tabela 14 e Gráfico 14 - Qual a ferramenta mais utilizada.....	38
Tabela 15 e Gráfico 15 - A quantidade de TAAs é suficiente.....	39
Tabela 16 e Gráfico 16 - Qual o principal motivo pelo qual não utiliza os TAAs (Terminais de Auto-Atendimento).....	39
Tabela 17 e Gráfico 17 - Você sabe utilizar computador.....	39
Tabela 18 e Gráfico 18 - Você sabe utilizar internet.....	40
Tabela 19 e Gráfico 19 - Você tem computador pessoal.....	40
Tabela 20 e Gráfico 20 - Você tem acesso à internet em casa.....	40
Tabela 21 e Gráfico 21 - Se não tem computador e internet, mas	

sabe usar: de qual local você utiliza computador.....	40
Tabela 22 e Gráfico 22 - De qual local você utiliza internet.....	41
Tabela 23 e Gráfico 23 - Você conhece os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet.....	41
Tabela 24 e Gráfico 24 - Você utiliza os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet.....	41
Tabela 25 e Gráfico 25 - Em média qual é o tempo gasto nas operações realizadas.....	42
Tabela 26 e Gráfico 26 - Qual a freqüência da utilização.....	42
Tabela 27 e Gráfico 27 - Tem dificuldade na utilização.....	42
Tabela 28 e Gráfico 28 - A agência oferece apoio na utilização.....	42
Tabela 29 e Gráfico 29 - Se sim, como classifica esse apoio.....	43
Tabela 30 e Gráfico 30 - Este apoio é suficiente.....	43
Tabela 31 e Gráfico 31 - Qual é a ferramenta que mais utiliza.....	43
Tabela 32 e Gráfico 32 - Você prefere a utilização de.....	44
Tabela 33 e Gráfico 33 - Qual o principal motivo que o leva a utilizar o guichê de caixa.....	44
Tabela 34 e Gráfico 34 - Qual é o tempo médio que você fica na fila.....	45
Tabela 35 e Gráfico 35 - Quando você utiliza o caixa qual o motivo da demora no atendimento.....	45
Tabela 36 e Gráfico 36 - A agência oferece algum conforto quando você esta na fila.....	46
Tabela 37 e Gráfico 37 - Qual você prefere.....	46
Tabela 38 e Gráfico 38 - A agência oferece algum tipo de orientação quando você está na fila.....	46
Tabela 39 e Gráfico 39 - Se sim qual.....	47
Tabela 40 e Gráfico 40 - Se não, você acharia importante algum	

tipo de orientação.....	47
Tabela 41 e Gráfico 41 - Qual seu grau de satisfação com os serviços dos caixas.....	47
Tabela 42 e Gráfico 42 - Qual seu grau de satisfação com os serviços de TAAs (Terminais de Auto-Atendimento).....	48
Tabela 43 e Gráfico 43 - Qual seu grau de satisfação com os serviços via internet.....	48
Tabela 44 e Gráfico 44 - De maneira geral qual seu grau de satisfação com relação ao atendimento prestado pela agência.....	49

SUMARIO

1 Introdução.....	11
2 Problemática.....	14
3 Objetivos.....	15
4 Justificativa.....	16
5 Referencial teórico.....	17
5.1 Demora no atendimento e o problema das filas	17
5.2 A demanda das necessidades dos clientes em atendimento.....	19
5.3 Lei Municipal nº 1.013, de 23 de maio de 2002.....	23
5.4 Qualidade em atendimento para garantir a satisfação do cliente.....	24
5.5 O uso de recursos tecnológicos para a melhoria do atendimento.....	26
5.6 Como usar a internet para serviços	27
6 Metodologia.....	29
6.1 Tipo de pesquisa	29
6.2 Coleta de dados.....	31
6.2 Método de análise e interpretação dos dados.....	33
7 Resultados e Discussão.....	34
8 Conclusão.....	50
9 Sugestões.....	52
Referências Bibliográficas.....	53
Apêndice.....	55
Anexos.....	66

RESUMO

Apesar de toda a automação e da imensa oferta de alternativas para a realização dos serviços bancários em casa ou no escritório, vem se observando que a situação não é tão satisfatória a todos os clientes, quando se nota que a demora no atendimento existe e a espera em filas tem sido bastante presente no cotidiano das agências bancárias, mesmo com a existência de uma lei que estabelece o tempo máximo de espera nas filas bancárias. Diante de tal situação percebeu-se a necessidade de um estudo com a finalidade de diagnosticar os fatores que ocasionam a morosidade no atendimento ao cliente, na agência do Banco do Brasil de Rubiataba, tendo em vista a área de recursos humanos e tecnológicos. Para isso buscou-se analisar teorias relativas à satisfação dos clientes, à qualidade no atendimento, bem como a utilização de recursos tecnológicos para a melhoria do mesmo. Utilizou-se o método de pesquisa exploratória descritiva, onde a coleta de dados foi feita através de observação simples e de questionário direcionado a 48 (quarenta e oito) clientes que fazem uso dos serviços bancários. Após o término da pesquisa constatou-se que a morosidade no atendimento se dá devido ao pequeno número de funcionários, de guichês de caixa, TAAs (Terminais de Auto-Atendimento) e da falha na divulgação dos serviços prestados via internet. Notou-se também que mesmo com todas essas dificuldades encontradas pelos clientes e pela agência, os clientes avaliaram de forma positiva os serviços prestados e disponibilizados e se mostraram satisfeitos com os mesmo.

Palavras-chave: morosidade; satisfação dos clientes; qualidade no atendimento.

APRESENTAÇÃO

Este estudo de caso está organizado em 7 capítulos, distribuído da seguinte forma:

No capítulo 1, são apresentados os assuntos abordados, o objetivo, a metodologia utilizada e as limitações do estudo.

O capítulo 2, traz alguns conceitos sobre:

Teoria da Motivação – estudo da motivação e das necessidades, de suma importância para o entendimento do comportamento do consumidor.

Teoria da Expectativa – as expectativas dos consumidores são padrões de julgamento da qualidade dos serviços e para entender a natureza e os determinantes dessas expectativas se torna essencial para a instituição bancária, assegurar-se de que o desempenho de seu serviço atende ou fica a desejar.

Teoria da Satisfação - aborda os elementos que o consumidor avalia no produto ou serviço e aqueles que a empresa precisa implementar para tornar os consumidores mais satisfeitos.

O capítulo 3, trata da proposição da dissertação.

No capítulo 4, são apresentadas a metodologia aplicada no trabalho, a técnica de pesquisa adotada, a população-alvo, a tabulação dos dados, análises estatísticas e interpretação dos dados.

O capítulo 5, tem por objetivo analisar e interpretar os resultados alcançados pelo presente estudo; no capítulo 6, são discutidos os resultados obtidos e, por fim, no 7, são apresentadas as conclusões sobre pontos relevantes ao estudo.

Os resultados obtidos podem servir de apoio ao banco na avaliação de suas estratégias de auto-atendimento, e o mais importante é saber a hora de mudar, tendo somente um objetivo: “melhorar o atendimento”.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o fator tecnologia tem influenciado bastante o quadro funcional dos bancos e causado modificações no sistema de prestação de serviço nas agências bancárias. Sob a luz da tecnologia, a automação bancária brasileira ganhou força quando os serviços administrativos do interior das agências que começaram a ser informatizados e então veio o início do auto-atendimento com os terminais de caixa on-line para oferecer diversos tipos de serviço. Todas as ações feitas almejavam a racionalização dos processos, o aumento de produtividade, a maior oferta de serviços ao cliente e a redução dos custos bancários. Destaca-se também a estratégia de terceirização de serviços e processos, com o deslocamento de várias atividades bancárias para outras empresas.

Apesar de toda a automação e da imensa oferta de alternativas para a realização dos serviços bancários em casa ou no escritório, vem se observando que a situação não é tão satisfatória a todos os clientes, quando nota-se que a demora no atendimento existe e a espera em filas tem sido bastante presente no cotidiano das agências bancárias. Esse fato é visto pelos clientes como um problema desgastante e em alguns casos até humilhante, tem sido foco de crítica por parte dos clientes, sendo considerado até como falta de qualidade no atendimento e fator de insatisfação com o mesmo.

Devido à tecnologia ter substituído muitos tipos de tarefas, antes realizadas pelos funcionários das agências bancárias, levou a um enxugamento do quadro funcional e a consequência disso tem sido a dificuldade de muitas pessoas para operar as máquinas de auto-atendimento, que intencionalmente substituiria a procura dos guichês de caixa no interior das agências bancárias; situação esta que acabou contribuindo para morosidade no atendimento tanto dos guichês de caixa como nos terminais de auto-atendimento; uma vez que muitas pessoas ainda precisam ser auxiliadas por um funcionário para realizarem determinadas operações.

Essa questão da demora no atendimento bancário no Brasil tem sido tão grave e repudiada pelos clientes que acabou se tornando matéria de discussão judicial, que

então foi criada uma Lei para pôr limite ao tempo de espera do cliente, que tem finalidade de amparar o usuário dos seus direitos e contra o abuso de instituições financeiras que cujo atendimento tem sido insatisfatório, fazendo com que a agência tome providências e medidas para um atendimento humanizado, respeitando as diferenças e dificuldades de cada cliente.

O esforço em chegar a um resultado sobre o problema de morosidade no atendimento da agência do Banco do Brasil, amparou-se sobre a questão do projeto de Lei Municipal nº. 1.013, de 23 de maio de 2002, que estará em vigor a partir da data de sua publicação, mas que já foi aprovada pela Câmara Local, e sancionada pelo então prefeito, Sr. Agmar Ribeiro dos Santos, que certamente atingirá a agência em estudo, visto que o problema de demora no atendimento ainda continua. Portanto na condição de funcionário da agência Banco do Brasil, a oportunidade de desenvolver esta pesquisa, tornou-se mais relevante devido a facilidade de poder observar as situações vividas pelos clientes, contribuindo dessa forma com o conhecimento da realidade daquela empresa, bem como a busca de significativas melhorias para o atendimento aos clientes. Com base no conhecimento, enquanto membro do quadro funcional e enquanto estudante de administração, podendo assim propor e compartilhar dos conhecimentos adquiridos.

No contexto da situação vivida na agência objeto de investigação a abordagem foi sobre as operações rotineiras da área operacional do banco e do recinto interior da agência, compreendendo os guichês de caixa. A metodologia utilizada na pesquisa teve como método de pesquisa o estudo de caso e a coleta de dados se fez mediante a observação simples e questionário. O processo de análise e interpretações dos dados foram mediante análise crítica dos dados com base no referencial teórico da pesquisa. A investigação tinha em vista o objetivo de observar como ocorria o processo de atendimento, de maneira que fosse possível perceber e relatar alguns fatores de relevância à pesquisa, como: o nível cultural dos respectivos clientes observados, as dificuldades que os mesmos enfrentam no decorrer do atendimento, busca dessa forma obter um relato particular dos fatores determinantes da morosidade no atendimento de cada cliente, observado durante o período da coleta de dados.

A importância de desenvolver esta pesquisa centra-se sobre a demora no atendimento e conseqüentemente no descontentamento dos clientes.

2 PROBLEMÁTICA

De acordo com a lei municipal, que regulamenta a permanência dos clientes em filas de bancos e de outros estabelecimentos, no máximo 20 (vinte) minutos em dias normais e 30 (trinta) minutos em vésperas ou após feriados, percebe-se, que não é bem essa a realidade encontrada na agência do Banco do Brasil de Rubiataba. Diante deste fato, percebeu-se a necessidade de uma investigação para descobrir quais os fatores que ocasionam tal situação.

Então, resta saber se o problema da falta de conhecimento tecnológico dos usuários finais contribui para a morosidade, e a geração das filas?

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

- Diagnosticar os fatores que ocasionam a morosidade e dificultam o atendimento ao cliente, na agência do Banco do Brasil de Rubiataba.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Observar o perfil dos clientes que utilizam o caixa e os terminais de auto-atendimento.
- Avaliar e identificar o tempo gasto desses clientes nos TAAs e Caixas.
- Observar e relatar as causas da demora no atendimento desses clientes.
- Verificar e propor possíveis soluções de melhoria ao atendimento.

4 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho se faz necessário devido à morosidade encontrada nas filas de TAAS e Caixas na agência do Banco do Brasil de Rubiataba. Sabe-se que existe uma lei que determina o tempo máximo de espera em filas bancárias, no entanto não é essa a realidade encontrada na agência acima citada. Percebe uma grande insatisfação por parte dos clientes, surge a necessidade de fazer um estudo para levantar dados reais sobre as causas que levam ao desenvolvimento de tal morosidade e conseqüentemente apontar possíveis soluções para o problema.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 DEMORA NO ATENDIMENTO E O PROBLEMA DAS FILAS

Fitzsimmons (2005), define fila como uma linha de clientes esperando no momento em que necessitam de serviços de um ou de mais prestadores. Contudo, a fila não é uma linha física de pessoas na frente de um servidor. Em qualquer sistema de serviço, uma fila se forma quando a demanda excede a capacidade existente de servidor. Isso ocorre quando os servidores estão tão ocupados que os clientes que chegam não podem receber o serviço imediatamente.

É difícil lidar com as flutuações na demanda por serviços, já que a sua produção e o seu consumo ocorrem simultaneamente. Clientes normalmente chegam aleatoriamente e apresentam uma demanda imediata por serviços disponíveis. Se a capacidade de serviço estiver sendo completamente utilizada no momento de sua chegada, então espera-se que o cliente aguarde pacientemente na fila. Variações nas condições das taxas de chegada e nos tempos de serviço resultam na formação de filas. Tal situação pode ocorrer em qualquer sistema em que as chegadas ocorrem em tempos variados e que os tempos de atendimento também variam.

Ramos (2003), lembra que quanto à questão da tecnologia empregada para dar comodidade, satisfação e agilidade ao atendimento bancário, chega a ser uma ofensa à nossa inteligência, a arguição de tais justificativas, bastando lembrar que inúmeros são os clientes que, infelizmente, não possuem cultura suficiente para entender o funcionamento das máquinas, o que joga por terra os itens satisfação e agilidade. De outro lado, dado o crescente número de ilícitos praticados em TAAS (Terminal de Auto-Atendimento), em igual proporção aumenta a inibição dos clientes em fazerem uso desse sistema, pelo que o item comodidade nem há de ser considerado.

Por fim, como afirma o autor, não bastassem todos esses inconvenientes, ainda que o cliente seja culto, saiba operar a máquina de forma correta e queira correr o risco de ser abordado por criminosos ao fazer uso do TAAS, tem ele, ainda, que contar com

a sorte de encontrar um TAAS que funcione perfeitamente, o que também tem se mostrado muito difícil. Muito se tem discutido a respeito das intermináveis filas em bancos, e as críticas são sempre severas, em especial, porque pelo menos para aqueles que têm um mínimo de cultura, é de conhecimento serem os bancos (salvo exceções, como alguns bancos públicos). Empresas das mais rentáveis na economia brasileira e embora os bancos invistam, constantemente, em equipamentos e tecnologia para, segundo sua óptica, facilitar a vida dos clientes e o fato é, que as filas continuam, qualquer que seja o banco.

Quando se fala em filas, logo se lembra de Max Weber, considerado o pai da Teoria da Burocracia. Essa burocracia não é no sentido usado pela sociedade, mas sim no sentido da organização atender às regras formais, seguindo padrões de eficiência. Ribeiro (2003, p. 87), afirma que a burocracia

constitui um exemplo típico do modelo de organização dotado de racionalidade, possível de ser aplicado a todos os tipos de organizações e empresas, independentemente da natureza das operações, do tamanho etc. A burocracia visa atingir certas conseqüências desejadas, dentre elas a previsibilidade do comportamento das pessoas dentro da organização, ou seja, uma certa padronização do desempenho humano, buscando alcançar a máxima eficiência da organização.

Merton apud Ribeiro estudou as disfunções da burocracia de Weber e observou que, ao invés da máxima eficiência pretendida, as disfunções levavam à ineficiência da organização. As principais disfunções são segundo Ribeiro (2003, p.90)

Despersonalização do relacionamento entre os participantes; internalização das diretrizes; uso de categorização como técnica do processo decisório; excesso de formalismo e de papelada; exibição de sinais de autoridade; alta conformidade em relação às regras e regulamentos da organização; propensão dos participantes a se defenderem de pressões externas; resistências a mudanças; e dificuldade no atendimento a clientes e conflitos com o público.

O problema da fila é um subproduto da burocracia (RIBEIRO, 2003, p. 92), é facilmente encontrado em praticamente todas as situações da rotina humana: condução, bancos, supermercados, hospitais, cartórios e até consulados. O mesmo autor cita ainda os maiores obstáculos à eliminação das filas, como sendo: custo dos investimentos para melhorar a operação; falta de espaço; indolência de profissionais; e mentalidade burocrática. Normalmente quanto maior a responsabilidade e a urgência requerida, maior aparenta a agonia e aflição em esperar.

Ramos (2003), considera que as principais causas de tão longas filas nos bancos são:

- a) a redução do quadro funcional, principalmente de caixas (não é raro vermos agências com 10, 15 boxes de caixa e apenas 05, 06 com funcionários); e
- b) a instituição da "fila única", porque ficou muito fácil para qualquer caixa "enrolar" no atendimento de um cliente, já que eles não vêem (nos olhos deles) motivo nenhum para apressar o atendimento se os seus colegas do lado (o mais correto seria "concorrentes") podem atender.

A questão a considerar é que toda essa situação enfrentada nas agências bancárias induz a uma excessiva demora e formação de filas, onde se pode auferir que as constatações de filas demoradas nos postos de atendimentos sejam eles no caixa ou nos terminais de auto-atendimento pode ser significativa pela falta de adoção de diretrizes que indicam a necessidade dos clientes, pois caracteriza a falha no conhecimento da necessidade daquelas pessoas e que, caso fosse levada em consideração e detectada, já teriam tido alguma forma de atendimento pré-estabelecido para evitar o transtorno da espera.

5.2 A DEMANDA DAS NECESSIDADES DOS CLIENTES EM ATENDIMENTO

Conforme Denton (1990), as necessidades dos clientes são multidimensionais e mudam constantemente. O perfil demográfico muda e com ele as necessidades também se alteram. As empresas precisam estar atentas às necessidades dos seus

clientes a fim de oferecer da melhor forma serviços que satisfaçam as suas necessidades. O autor ainda sugere que é preciso identificar os clientes para os quais você está tentando atender a necessidade e, mais importante como você pode atendê-lo da melhor forma que qualquer outro concorrente; para isso você deve examinar seu serviço em termos de preço, qualidade e resposta e, assim rever seus recursos disponíveis de modo a melhor atender as necessidades do seu cliente.

Ainda de acordo com Denton (1990), há várias formas de avaliar as necessidades dos clientes, e uma delas pode ser a pesquisa de clientes que são feitas por várias empresas com o objetivo de tentar analisar o serviço atual de modo que seja possível visualizar formas de melhorar o mesmo.

Para Grönroos (2003), podem ser citadas algumas regras que podem antecipar o atendimento das necessidades dos clientes. A primeira regra é a da abordagem geral, trata da importância dos elementos de serviços entre o cliente e o funcionário. Entre as exigências desses clientes está a busca de respostas rápidas que neste caso requer que a empresa possa oferecer aconselhamento e orientação, tanto aqueles técnicos quanto aqueles mais simples. Neste caso, em ambas as situações se os funcionários estiverem autorizados a usar seu próprio bom senso e possuírem o conhecimento necessário para fazê-lo e se ainda tiver uma abordagem orientada para o serviço e aos seus clientes, isso dará ótimos resultados para a satisfação dos clientes.

Outra regra citada pelo mesmo autor é a análise da demanda, nessa regra sabe-se que os serviços são prestados diretamente às pessoas ou realizados em equipamentos que pertencem às empresas, mas em todos os casos os representantes do serviço estão presentes quando o serviço é realizado ou entregue. Ocorrem interações diretas entre clientes e funcionários de frente e em tais situações, talvez tenha de decidir rapidamente e tomar providências imediatas ou dar alguma informação para atender a necessidade dos clientes.

Este tipo de demanda de necessidade de cliente nem sempre podem ser previstas com antecedência, porque as mudanças nas necessidades e desejos dos clientes ocorrem na hora e no local e nem sempre podem ser medidas previamente, nem mesmo a reação negativa a elas ficam para depois, porque a insatisfação do

cliente já foi afetada; por isso é que somente os funcionários de atendimento de frente que podem fazer isso de uma maneira mais satisfatória e, por conseguinte prestando um atendimento de qualidade (GRÖNROOS, 2003).

Segundo Salviato (1999), na interação homem-artefato, deve-se considerar que esse homem possui recursos percepto-cognitivos limitados (por exemplo, em relação à quantidade e tamanho das letras que ele pode perceber e à quantidade e qualidade das informações que ele pode tratar simultaneamente). Estas limitações são diferenciadas entre os indivíduos devido a sua formação, experiência, idade e familiaridade com a tecnologia, ou seja, as pessoas têm dificuldades de interagir com a máquina desde a questão do analfabetismo, até as dificuldades de saúde frágil, que o impossibilita de manusear as máquinas de auto-atendimento. Enfim, a maioria desses artefatos pode produzir constrangimentos por não terem sido projetados incorporando a lógica e as características do usuário ou quando o fazem, a sua participação é incipiente.

Cabe ressaltar, que o termo constrangimento assume, aqui, um duplo significado: em primeiro lugar refere-se aos limites que a interface impõe aos sujeitos no que tange as operações possíveis e, em segundo ao sentimento de frustração diante da máquina.

Segundo Couto (2006.), por exemplo, os caixas eletrônicos dos bancos devem oferecer opções de altura adequada aos usuários de cadeiras de rodas. Norma regulamentada em dezembro de 2004 pelo Banco Central. As normas derivam do Decreto presidencial 5296/2004, que, no parágrafo 3, do artigo 16, determina que "botões e demais sistemas de acionamento dos terminais de auto-atendimento de produtos e serviços e outros equipamentos em que haja interação com o público devem estar localizados em altura que possibilite o manuseio por pessoas em cadeira de rodas, e possuir mecanismos para utilização autônoma por pessoas portadoras de deficiência visual e auditiva, conforme padrões estabelecidos nas normas técnicas de acessibilidade da ABNT". Todas essas regras visam assegurar o conforto e a possibilidade das pessoas terem condições de se auto-atenderem.

Para o Dieese (1997), os clientes que utilizam o banco com menor frequência também são atingidos pela informatização, mas numa outra ponta. Eles são "jogados"

para o auto-atendimento. Esses usuários são classificados como sendo de "segunda categoria" e a preocupação do banco é que não ocupem por demais o espaço e o tempo de atendimento da agência bancária, que deve estar livre para realizar negócios sempre mais rentáveis.

Em geral, do ponto de vista do usuário, para o acesso ao auto-atendimento é exigida um nível cultural e capacitação técnica acima da média. Isso faz com que alguns segmentos da população, entre eles os de pessoas com baixa escolaridade e idosas, encontrem maior dificuldade na utilização dessa nova modalidade dos serviços bancários (DIEESE, 1997).

No entanto, os bancos acreditam que "os clientes dos bancos do futuro estarão mais familiarizados com a informática", contando com o fato de que, superadas as dificuldades observadas atualmente, a utilização das máquinas de auto-atendimento tem sido satisfatória porque responde às expectativas quanto a rapidez e a qualidade dos serviços de grande parte da clientela. A possibilidade mais justa diante dessa expectativa dos bancos seria no mínimo dispor de pessoas que possam conduzir os clientes a se servirem, colocando mais pessoas no atendimento de forma que eles superem a demanda de necessidades dos mesmos. Perante a toda essa situação que os clientes passam para realizar serviços bancários, e em razão das dificuldades desses clientes, cria-se a necessidade destes se dirigirem para os guichês de caixa para terem seus problemas resolvidos, gerando assim uma fila no interior das agências. A questão dos guichês de caixas possuem um pequeno quadro de funcionários para atender, cria-se um acúmulo de atendimentos, já que para o banco é básico contar com um número reduzido de funcionários uma vez que, o auto-atendimento está lá fora para resolver diversas operações que para muitos clientes não é nada fácil. O fato e essa situação ter se tornado um descaso àquelas pessoas que encontram dificuldade de discernimento tecnológico, levou a criação de leis que estabelecem normas para garantir um atendimento humanizado, fazendo valer o direito dos clientes de receberem um atendimento adequado (DIEESE, 1997).

5.3 LEI MUNICIPAL Nº 1013, DE 23 DE MAIO DE 2002

“Estabelece obrigatoriedade às agências bancárias, no âmbito do município de Rubiataba, a colocar à disposição dos usuários, pessoal suficiente no setor de caixas”.

Abaixo segue a transcrição de alguns artigos da respectiva lei.

Art. 1º Ficam as agências bancárias, no âmbito do Município de Rubiataba, obrigadas a colocar à disposição dos usuários, pessoal suficiente, no setor de caixas, para que o atendimento seja efetuado em tempo razoável.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, entende-se como tempo razoável para atendimento:

I – até 20(vinte) minutos em dias normais;

II – até 30 (trinta) minutos em véspera de, ou após feriados prolongados;

III – até 20 (vinte) minutos nos dias de pagamentos dos funcionários públicos, Municipais, Estaduais, Federais e de vencimentos e recebimentos de contas de concessionárias de serviço público, tributos Municipais, Estaduais e Federais.

Percebe diante desse projeto de lei que sua implementação é necessária a melhorar a prestação de serviço, mas nota-se que a sua aplicação ainda não incidiu sobre as agências locais, em vista da situação de demora nas filas de atendimento. Até o presente momento este projeto ainda não foi vigorado e cabe ao poder competente tomar as devidas providências.

5.4 QUALIDADE EM ATENDIMENTO PARA GARANTIR A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

De acordo com Kotler (2000, p. 58), “Satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento da comparação do desempenho ou resultado percebido de um produto em relação às expectativas do comprador”.

Fica claro por essa definição que, satisfação é função de desempenho e expectativas percebidos. Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se o desempenho alcançar as expectativas, o cliente ficará satisfeito. Se o desempenho for além das expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado.

Conforme Fitzsimmons (2005), o serviço com um sorriso costumava ser o suficiente para satisfazer a maioria dos clientes. Hoje, porém algumas empresas se diferenciam dos concorrentes oferecendo uma garantia do serviço. Além de fazer uma propaganda do comprometimento da empresa com a qualidade do serviço é focalizada nos funcionários ao definir padrões explícitos de desempenho, e o que é mais importante, constrói uma base de clientes fiéis.

Para o autor o fato de fazer alguma ação para o cliente transmite uma sensação de que o serviço teve início, o nível de ansiedade da pessoa diminui consideravelmente quando o serviço começa. Na verdade, as pessoas geralmente toleram esperas maiores dentro do razoável quando sentem que o serviço já começou, do que quando o serviço ainda não teve início. Uma outra visão é de que os clientes se tornam insatisfeitos mais rapidamente com uma espera inicial do que com esperas subseqüentes após o serviço ter começado.

Há muitas causas de ansiedade atuando antes do serviço começar, portanto seja racional ou não, a ansiedade pode ser o maior fator individual a influenciar o cliente que espera. As ansiedades devem ser reconhecidas e desenvolver estratégias para aliviá-las. Em alguns casos a estratégia pode ser simplesmente um empregado reconhecer a presença do cliente; outras vezes, dizer ao cliente quanto tempo terá que esperar pode ser uma garantia suficiente de que a espera acabará em algum ponto; ou ainda o

agendamento quando possível, ainda que possam ocorrer imprevistos, mas um simples pedido de desculpas pelos atrasos pode restabelecer a boa vontade do cliente.

Normalmente esperas incertas e não explicadas criam ansiedades, e como notado acima pode ocasionalmente causar ressentimento nos clientes. Alguns serviços podem desejar dar tratamento especial para clientes especiais, contudo nesses casos deve-se ter em mente que tais casos especiais também podem gerar irritação entre os desfavorecidos que estão esperando nas longas filas próximas, portanto uma preocupação sensível de todos os seus clientes tomará medidas para evitar uma imagem de discriminação, fazendo assim o atendimento especial disfarçado localizando-o em uma área separada da fila de serviço regular.

Conforme Kotler (2000), as empresas estão objetivando a alta satisfação porque clientes meramente satisfeitos mudam facilmente de fornecedor quando aparece uma oferta melhor. Os que estão altamente satisfeitos são muito menos propensos a mudar.

Para Denton (1990), a satisfação do cliente ocorre quando uma companhia enfoca seus esforços em serviços com qualidade. Sabe-se também que a satisfação do cliente traz recompensas reais para a empresa em termos de lealdade dos clientes e na imagem da empresa. A insatisfação por outro lado produz melindres reais e isso é um fato que as empresas raramente podem se dar ao luxo de ignorar.

Fica notável assim que, mesmo com tantos recursos disponíveis não deve ficar de fora o treinamento de funcionários para prestar um atendimento àqueles que necessitam de ajuda de qualquer natureza.

Para Denton (1990), a monitoração da qualidade em serviços é importante, mas isoladamente não é suficiente para assegurar o sucesso em longo prazo e a satisfação dos clientes, no entanto serviços são dependentes de pessoas, embora as máquinas também sejam importantes, eles são os ingredientes chave, principalmente aquelas que são ponto de contato. Dessa forma o autor afirma que é importante estabelecer treinamento com base na função para que cada pessoa torne-se melhor, pois elas precisam saber e entender seu papel no desenvolvimento da satisfação dos clientes.

Os treinamentos de empregados multifuncionais em alguns serviços são constituídos por diversas operações, e quando uma está ocupada, outra pode estar

ociosa. Empregados multifuncionais para executar tarefas em diversas operações criam capacidade flexível para atender a picos localizados de demanda. Essa estratégia requer treinamento multifuncional dos empregados para permitir o desenvolvimento de tarefas não relacionadas somente ao seu cargo em si, mas também no atendimento dos clientes, elevando a agilidade no atendimento quando a demanda estiver alta, através da realocação desses funcionários em diferentes postos de trabalho. As disposições de funcionários para atender o cliente serão percebidas pelo cliente como na qualidade do atendimento.

5.5 O USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA A MELHORIA DO ATENDIMENTO

Embora seja alegada a questão do menosprezo a pessoas menos favorecida com o uso de recursos tecnológicos para auxiliar e melhorar o atendimento, cabe ressaltar que a mesma não pode ser vista somente sobre o ponto de vista pessimista, pois vale observar que problemas enfrentados com demora no atendimento vem de diversas vertentes de dificuldades, e o tratamento de ambas deve ser considerado para garantir o fator satisfação do cliente.

Visando vencer os desafios impostos pela globalização, as organizações devem implantar a melhoria contínua nos processos como uma forma de adquirir vantagens substanciais e oferecer aos clientes produtos e serviços de melhor qualidade.

O auto-atendimento tem se mostrado, ao longo dos anos, o ponto mais forte dos bancos. A tecnologia é uma ferramenta importante, mas no final o que conta são os serviços e o atendimento das expectativas dos clientes.

Segundo Dieese, a tecnologia incide violentamente na reestruturação dos bancos, pois os sistemas informatizados tornam possível um novo tipo de atendimento, via telefone, fax, home-banking ou office-banking. Também permitem a transferência eletrônica dos fundos de investimento, sem que haja, necessariamente, um controle pelo trabalho do bancário.

Essas novas modalidades constituem formas de atender a uma clientela mais sofisticada e dão suporte à estratégia dos bancos - centrada na seletividade dos clientes. As instituições fazem uma seleção dos clientes com mais oportunidades de investimento, que podem movimentar quantias maiores e adquirir uma gama mais ampla de produtos e serviços bancários, em detrimento dos usuários que se limitam à movimentação de uma simples conta bancária.

A adoção de máquinas de auto-atendimento pode ser entendida dentro de uma estratégia de redução de custos, pois uma operação eletrônica custa, aproximadamente, cinco vezes menos que o procedimento manual. No Banco do Brasil, conforme depoimento do gerente de produtos financeiros e serviços bancários (Gazeta Mercantil, 29/12/95, p. B-3), cada cheque descontado no caixa custa R\$ 1,00 para o banco, enquanto o saque com cartão magnético junto ao caixa sai por R\$ 0,50. Se o cliente utilizar os terminais eletrônicos sem a ajuda de funcionários, o custo da operação cai para R\$ 0,20. Embora esses custos variem, as proporções são bem parecidas entre diversas instituições.

Outro recurso tecnológico que também está em teste é um piloto de identificação biométrica, tanto da íris quanto da digital. O cliente não necessitará levar consigo um cartão nem saber sua senha. Ele colocará o dedo no espaço de identificação da máquina e ela vai ler as imagens, conferindo a digital ou a íris como o que tiver previamente arquivado. Terá grande repercussão nas filas dos bancos, e, neste sentido pode haver um bom de demanda de produtos de aceitação de dinheiro para pagamento de contas e depósitos em dinheiro. O cliente, mesmo não sendo do próprio banco poderá fazer pagamentos em dinheiro nos caixas automáticos, recebendo os respectivos recibos.

5.6 COMO USAR A INTERNET PARA SERVIÇOS

Muitos prestadores de serviço tem feito uma variedade de ofertas em suas páginas. Na verdade, encontramos empresas que procuram fazer todo o processo de comercialização via internet. Muitos bancos oferecem seus serviços de investimentos, transferência, pagamentos entre outros, via internet. Essa tendência tem aumentado e

o futuro do banco é o de transformar-se em virtual, apesar de que sempre será necessário o atendimento pessoal em alguns dos produtos.

Conforme Las Casas (2002), para as empresas prestadoras de serviço que desejarem utilizar recursos da internet para melhorar seu desempenho, algumas recomendações são importantes:

Utilize um site interessante – para fazer um bom site é importante que a empresa invista em qualidade e não procure economizar nesse aspecto. De forma interessante, todos os seus serviços, clientes atendidos, perguntas mais freqüente etc, devem ser incluídos. Lembrem-se os sites mais interessantes serão os mais visitados.

Proponha cadastramento por meio de boletins de informação ou outros – preste serviço pelo site, incluindo artigos a serem atualizados periodicamente. Crie sempre um modo de contato com o cliente.

Abra uma seção de perguntas e respostas – incentive a participação por e-mail. Nesse caso, controle bem as consultas para assegurar-se de que todos sejam respondidos;

Atualize o site – mantenha sempre o site atualizado para que os clientes percebam considerações por parte de prestadores de serviços e respeite a clientela;

Atenda reclamações – faça do contato do cliente uma forma de monitorar o nível de satisfação dos clientes. Atenda reclamações, responda, melhore o canal de comunicação e assegure a pós-venda.

6 METODOLOGIA

6.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa na Agência Banco do Brasil S/A de Rubiataba foi desenvolvida com base em problemas enfrentados relativos à morosidade no atendimento, especificamente nos guichês de caixa e nos terminais de auto-atendimento da respectiva agência bancária. A pesquisa teve como objetivo verificar os motivos que estavam causando tal problema no atendimento, fato este que tornou-se necessário a uma investigação de como vinha ocorrendo o atendimento nesses locais, no intuito de assim identificar irrelevâncias e inadequações que podem ser responsáveis pelas dificuldades enfrentadas pelos clientes.

Embora a Agência Banco do Brasil possua equipamentos de auto-atendimento, guichês de caixas e outras ferramentas para atendimentos on-line, a situação ainda mostra-se desfavorável a um atendimento de qualidade pela presença de clientes em longo tempo de espera. Levando em consideração que a clientela de uma agência bancária se compõe de pessoas de diferentes capacidades de discernimento, cabe diante dessa situação verificar se a mesma está de acordo com a atual realidade e necessidade desses clientes; pois na medida em que a empresa cresce e expande sua comercialização, aumenta também sua clientela e as dificuldades dos mesmos podem ser também proporcionais; portanto compreender suas dificuldades e procurar maneiras de amenizá-las são medidas de bom desempenho para garantir a satisfação dos mesmos.

Inicialmente a pesquisa assumiu a forma de pesquisa exploratória, que segundo Gil (1991, p. 45),

tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-la mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

A pesquisa exploratória foi importante para auxiliar na demarcação dos elementos a serem investigados e os dados relevantes para a pesquisa, já que a mesma tem entre seus objetivos a proporção de familiaridade com a situação problemática. Embora se reconheça a importância da pesquisa exploratória, cabe saber que esta não possibilita chegar aos resultados finais de uma pesquisa; portanto a mesma por ser flexível permite assumir uma outra forma de pesquisa, que neste caso conforme a situação problemática na qual a empresa e clientes vem vivenciando, a pesquisa utilizou o método do estudo de caso, que segundo Gil (2002, p. 54), "é constituído no estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento."

Para Yin (1981) apud Gil (1999, p. 73) estudo de caso que, 'é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência'.

O estudo de caso tem como elemento de estudo apenas a agência local do Banco do Brasil de Rubiataba, sendo assim um estudo de caso único, onde o pesquisador deseja é conhecê-lo em profundidade e não tem interesse de construir teoria.

O estudo de caso nesta pesquisa possui natureza descritiva, ou seja; ampara sobre o objetivo de descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; e adota a estratégia de pesquisa qualitativa com aspecto quantitativo, que segundo Triviños (1987, p. 120), a pesquisa qualitativa tem expressões genéricas, por um lado ela compreende atividades de investigação que podem ser denominadas específicas. Por outro lado, ela pode ser caracterizada por traços comuns, ou seja, tem uma visão mais clara do que pode chegar a realizar um pesquisador que tem por objetivo atingir uma interpretação da realidade do ângulo qualitativo, porém sua análise e interpretação se dá através do método quantitativo.

6.2 COLETA DE DADOS

O procedimento de coleta de dados adotado no estudo de caso foi a observação simples, que segundo Gil (1999, p.111), é aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem.

Embora a observação simples possa ser caracterizada como espontânea, informal, não planejada, coloca-se num plano científico, pois vai além da simples constatação dos fatos. Em qualquer circunstância, exige um mínimo de controle na obtenção dos dados. Além disso, a coleta de dados por observação é seguida de um processo de análise e interpretação, o que lhe confere a sistematização e o controle requeridos dos procedimentos científicos.

A observação buscava entre outros, notar a razão pelas quais os clientes demoravam na utilização dos terminais de auto-atendimento e guichês do caixa, notando, sobretudo o perfil desses clientes elementos de investigação.

Além da observação, ainda foi usado como coleta de dados o questionário com perguntas fechadas que segundo Samara e Barros (2002, p. 70) “são fornecidas as possíveis respostas aos entrevistados, sendo que apenas uma alternativa de resposta é possível”; foram também utilizadas perguntas do tipo dependentes que segundo Gil (1999, p. 131) “é quando uma questão depende da resposta dada a uma outra é denominada depende”.

Nesta pesquisa utilizou-se de amostra o tipo não probabilística por conveniência, pois, segundo Samara e Barros (2002, p. 94) “ os elementos da amostra são selecionados de acordo com a conveniência do pesquisador. São pessoas que estão ao alcance do pesquisador e dispostas a responderem um questionário”.

Para obter o tamanho da amostra necessária utilizou a seguinte fórmula que segundo Samara (2002, p.98) “é quando o universo é desconhecido ou maior que 10 mil”:

$$\sigma p = \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}} \cdot z$$

Onde σp é igual à porcentagem da margem de erro, n é a quantidade de amostra desejada, p e q são proporções ou porcentagem dos elementos da amostra favoráveis e desfavoráveis ao atributo pesquisado (não se sabe quem será favorável ou desfavorável; neste caso, segundo Samara e Barros (2002, p. 99), “são aplicadas à porcentagem de 50% (cinquenta por cento para cada um), e o z é o desvio-padrão.

O cálculo da amostra foi considerado para obter um grau de segurança de 95% e desvio-padrão igual a 1,96%, da amostra a ser pesquisada e com a margem de erro na proporção de 2% para mais ou para menos.

Estes cálculos permitiram chegar a um número de 49 pessoas que questionadas através de questionários aplicados entre os dias 18 a 28 do mês de outubro de 2006., durante o expediente bancário das 11 às 16 horas, para que fossem desconsiderados os dias iniciais do mês e o feriado, já que durante esse período a morosidade no atendimento não merece prestígio para a observação por se tratar de datas críticas de utilização extensiva dos serviços bancários sendo até então referenciados como períodos de pagamentos e recebimentos, cujas incidências de morosidade no atendimento são legalmente aceitáveis.

Depois de ter coletado todos os dados, a análise foi feita através de tabulação que conforme Gil (1999, p.171), “é o processo de agrupar e contar os casos que estão nas várias categorias de análises”. A tabulação se dividiu da seguinte forma: *simples* “o entrevistado só pode dar uma resposta. O número de respostas é igual ao número de entrevistados” (SAMARA; BARROS, 2002, p. 103); e tabulação dependentes que “a análise deve ser feita em função das duas perguntas” (SAMARA; BARROS, 2002, p. 105). A análise foi feita também através de gráficos que segundo Samara e Barros, (2002, p.116) pode estabelecer uma correspondência entre os termos numéricos de uma série estatística (tabulação) e uma figura geométrica, uma figura de fantasia ou uma diferença de colocação. Entre os vários tipos de gráficos existentes, o escolhido para representar essa pesquisa foi o gráfico setorial também conhecido como gráfico de pizza onde Samara afirma ser uma representação limitada em círculos e curvas,

sempre colocando os termos da série em proporção às áreas das superfícies. (SAMARA; BARROS, 2002, p. 119).

“Geralmente, o resultado e/ou divulgação dos dados é feito mediante um relatório. A forma desse relatório varia, porém, em função dos objetivos da pesquisa. Alguns relatórios são simples, baseando somente nos dados obtidos pelas tabelas” (GIL, 2002, p. 126).

6.3 MÉTODO DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados provenientes das observações feitas na Agência Banco do Brasil de Rubiataba serão discorridos, logo devem ser reduzidos aos fatos de relevância. Esses dados serão ainda discutidos, busca ter uma compreensão dos fatos com base na literatura científica para assim chegar aos resultados finais e possibilitar o apontamento de possíveis medidas de melhoria a serem adotadas.

Enfim, espera-se que a divulgação do relatório final deste estudo de caso possa contribuir com demais pesquisas e estudos da área.

7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre o total de entrevistados percebeu que 6% correspondiam a pessoas com menos de 15 anos de idade, 37% tinham entre 15 e 25 anos, 31% tinham entre 25 e 40, e 14% tinham entre 40 e 60 anos e 12% eram de pessoas maiores de 60 anos. Os respondentes eram 57% do sexo feminino e 43% do sexo masculino. Notou-se também que dessas pessoas 14% tinham ensino fundamental -1ª a 4ª séries, outros 14% tinham ensino fundamental – 5ª a 8ª séries, 20% tinham ensino médio completo e 8% não haviam completado o ensino médio, 37% tinham ensino superior e 6% tinham outras escolaridades. Entre a maioria dos respondentes 61% são clientes do Banco e 39% eram apenas usuários. Dentre os respondentes que eram clientes do Banco 29% possuíam contas do tipo poupança, 33% eram correntistas e o restante não eram titulares de nenhum tipo de contas.

Conforme observa-se abaixo:

Tabela 1 - Qual sua idade?

ALTERNATIVA	RESP	
MENOR DE 15 ANOS	3	6%
ENTRE 15 E 25 ANOS	18	37%
ENTRE 25 E 40 ANOS	15	31%
ENTRE 40 E 60 ANOS	7	14%
ACIMA DE 60 ANOS	6	12%
TOTAL	49	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

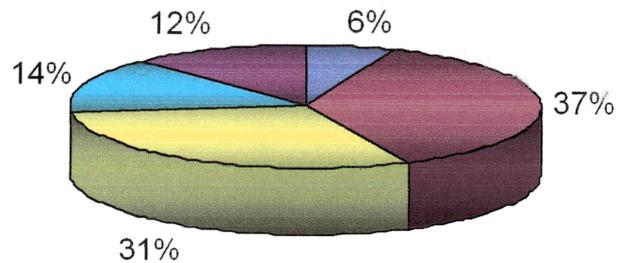


Gráfico 1 - Qual sua idade?

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Tabela 2 - Qual o sexo?

ALTERNATIVA	RESP	
MASCULINO	21	43%
FEMININO	28	57%
TOTAL	49	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

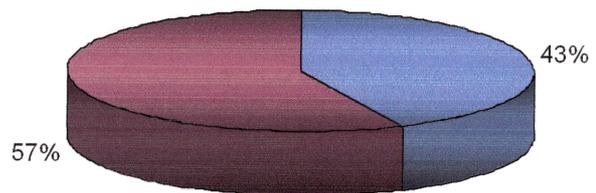


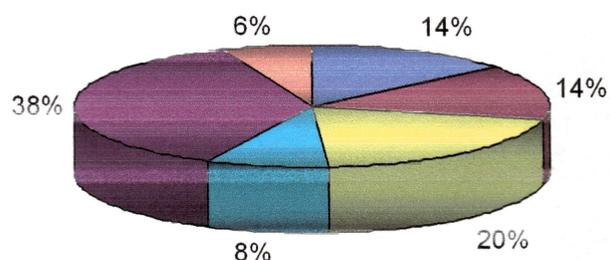
Gráfico 2 - Qual o sexo?

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Tabela 3 - Qual seu nível de escolaridade?

ALTERNATIVA	RESP	
ENSINO FUNDAMENTAL 1ª – 4ª	7	14%
ENSINO FUNDAMENTAL 5ª – 9ª	7	14%
ENSINO MÉDIO – COMPLETO	10	20%
ENSINO MÉDIO – IMCOMPLETO	4	8%
ENSINO SUPERIOR	18	38%
OUTROS	3	6%
TOTAL	49	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

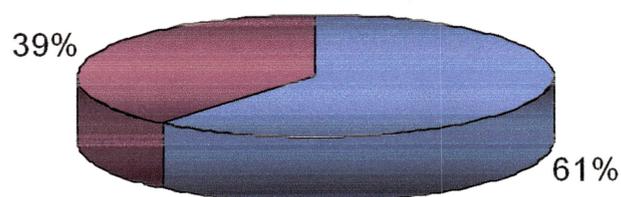
**Gráfico 3 - Qual seu nível de escolaridade?**

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Tabela 4 - Possui alguma conta na agência do Banco do Brasil?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	30	61%
NÃO	19	39%
TOTAL	40	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

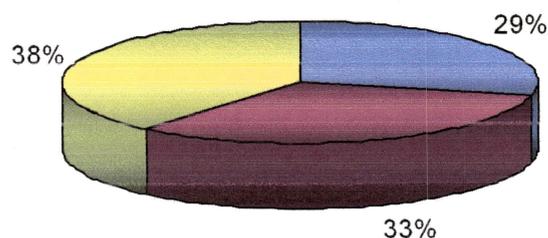
**Gráfico 4 - Possui alguma conta na agência do B. do Brasil?**

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Tabela 5 - Qual o tipo de conta?

ALTERNATIVA	RESP	
POUPANÇA	14	29%
CORRENTE	16	33%
NÃO RESPONDERAM	19	38%
TOTAL	49	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

**Gráfico 5 - Qual o tipo de conta?**

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Quando questionados sobre o conhecimento dos TAAs (Terminais de Auto-Atendimento), 84% correspondiam a pessoas que tinham conhecimento, enquanto 16% informaram não conhecer os mesmos. Foi possível perceber que 29% disseram ser usuários e 71% dos respondentes disseram não utilizar os TAAs. Desses 71% que disseram não utilizar os TAAs, 12% eram por falta de conhecimento, 6% por falta de esclarecimento, 2% por que tinha meios como Internet e Guichês de Caixa, 8% disseram ser por outros motivos e o restante não souberam responder. Foi possível saber também que 47% dos respondentes gastavam menos de dez minutos para

realizar as operações nos TAAs, 12% disseram gastar entre 10 e 15 minutos, 10% gastavam entre 15 e 20 minutos, 2% gastavam entre 20 e 30 minutos e o restante de 29% não souberam informar sobre o tempo gasto. Descobriu-se também que 22% usavam os TAAs diariamente, 16% eram semanais, 20% usavam mensalmente, 12% tinham frequência assumida e 29% não souberam dizer a frequência de utilização.

Tabela 6 - Você conhece os TAAs (terminais de auto-atendimento)

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	41	84%
NÃO	8	16%
TOTAL	49	

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

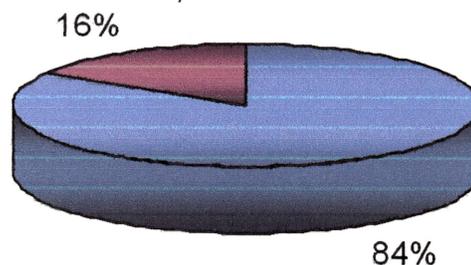


Gráfico 6 - Você conhece os TAAs (terminais de auto-atendimento).

Fonte: Autor da pesquisa, 2006.

Tabela 7 - Você utiliza os TAAs (terminais de auto-atendimento)

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	35	71%
NÃO	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

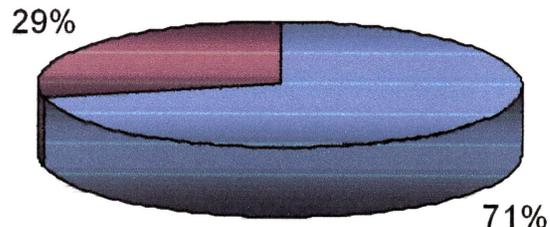


Gráfico 7 - Você utiliza os TAAs

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 8 - Em média qual é o tempo gasto nas operações realizadas?

ALTERNATIVAS	RESP	
MENOS DE 10 MINUTOS	23	47%
ENTRE 10 A 15 MINUTOS	6	12%
ENTRE 15 E 20 MINUTOS	5	10%
ENTRE 20 E 30 MINUTOS	1	2%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

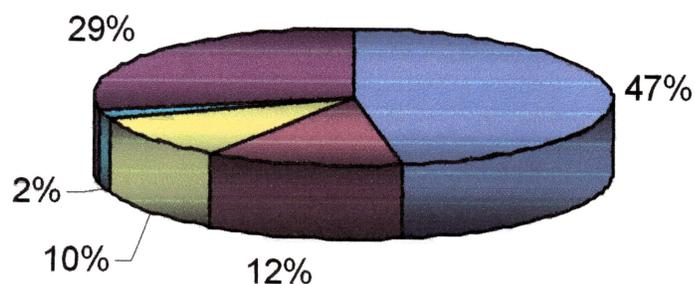


Gráfico 8 - Em média qual é o tempo gasto nas operações realizadas?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 9 - qual a frequência de utilização?

ALTERNATIVA	RESP	
DIARIAMENTE	11	22%
SEMANALMENTE	8	16%
MENSALMENTE	10	20%
OUTROS	6	12%
NÃO RESPONDERAM	14	30%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

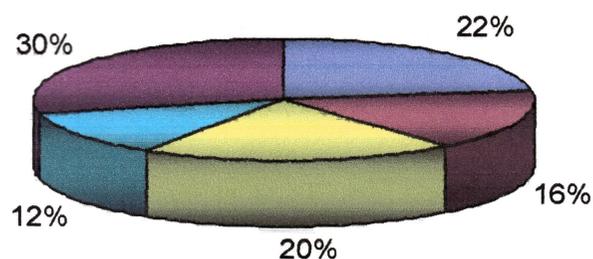


Gráfico 9 - Qual a frequência de utilização?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Questionados sobre as dificuldades de utilização dos TAAs, 12% afirmaram ter muita dificuldade, 6% consideraram razoável, outros 6% consideram ter pouca dificuldade, 47% disseram não ter nenhuma dificuldade e 29% não souberam responder. Quanto ao apoio na utilização dos TAAs, 65% disseram receber apoio da agência, contra 6% que disseram não receber nenhum apoio na utilização, 29% não souberam responder. No concernente ao apoio recebido 4% diz ser não satisfatório, 29% acham pouco satisfatório, 33% consideram satisfatório, 6% acharam muito satisfatório e 29% não souberam responder.

Tabela 10 - Tem dificuldades na utilização?

ALTERNATIVA	RESP	
MUITA	6	12%
RAZOÁVEL	3	6%
POUCA	3	6%
NENHUMA	23	47%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

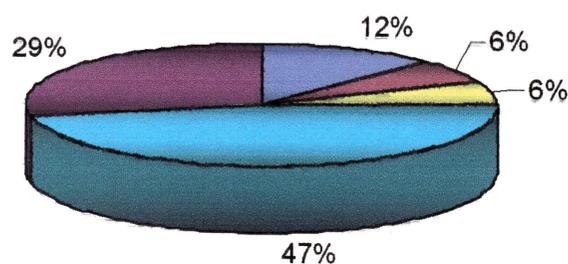


Gráfico 10 - Tem dificuldades na utilização?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 11 - A agência oferece apoio na utilização?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	32	65%
NÃO	3	6%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

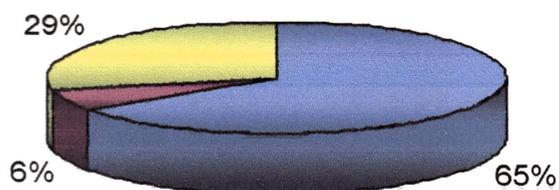


Gráfico 11 - A agência oferece apoio na utilização?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 12 - Se sim, como classifica esse apoio?

ALTERNATIVA	RESP	
MUITO SATISFATÓRIO	3	6%
SATISFATÓRIO	16	32%
POUCO SATISFATÓRIO	14	29%
NÃO SATISFATÓRIO	2	4%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

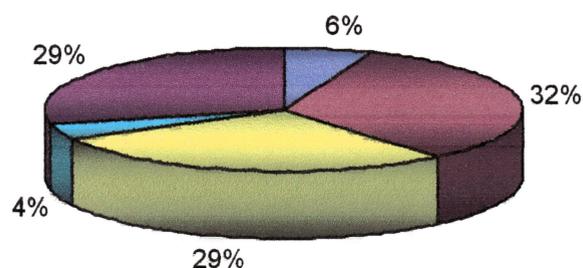


Gráfico 12 - Se sim, como classifica esse apoio?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 13 - Este apoio é suficiente?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	18	36%
NÃO	17	35%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

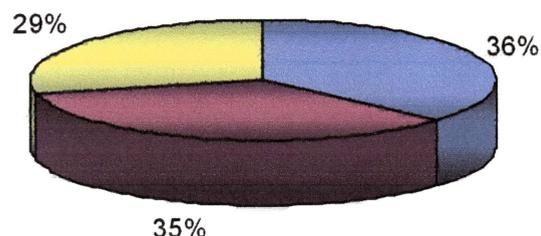


Gráfico 13 - Este apoio é suficiente?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 14 - Qual ferramenta que mais utiliza?

ALTERNATIVA	RESP	
PAGAMENTOS	3	6%
EXTRATOS	14	29%
RECEBIMENTOS	12	24%
OUTROS	6	12%
NÃO RESPONDERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

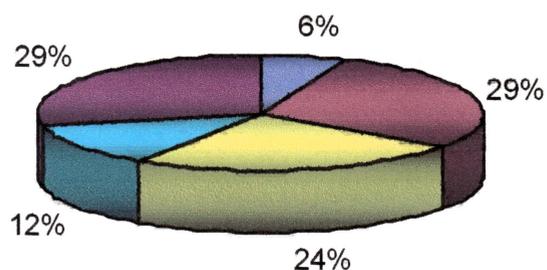


Gráfico 14 - Qual ferramenta que mais utiliza?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 15 - A quantidade de TAAs (Terminal de Auto-Atendimento) é suficiente?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	14	29%
NÃO	21	42%
NÃO RESPODERAM	14	29%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

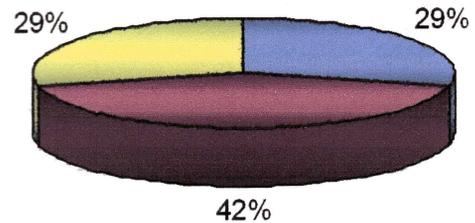


Gráfico 15 - A quantidade de TAAs é suficiente?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 16 - Qual o principal motivo pelo qual não utiliza os TAAs (Terminais de Auto-Atendimento)?

ALTERNATIVA	RESP	
FALTA DE CONHECIMENTO	6	12%
FALTA DE ESCLARECIMENTO	3	6%
USO DE OUTROS MEIOS COMO INTERNET E GUICHÊS DE CAIXAS	1	2%
OUTROS	4	8%
NÃO RESPONDERAM	35	72%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

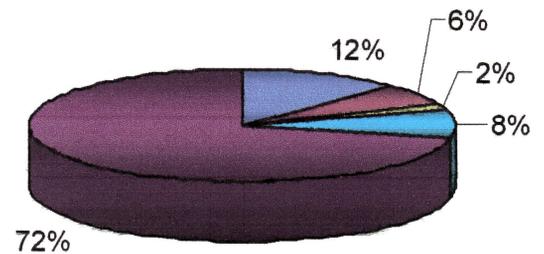


Gráfico 16 - Qual o principal motivo pelo qual não utiliza o TAAs.

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Dentre os respondentes, 61% disseram saber utilizar computador e 39% disseram não saber utilizar os mesmos, entre os que sabiam, 59% eram usuários de internet e 41% não os utilizavam. Embora existam pessoas que informaram saber utilizar a internet, 43% possuem computador, enquanto 57% não possuem, e daqueles que possuem computadores, apenas 39% têm acesso à internet em casa, 61% têm computadores mas não acessam os serviços de internet; deste total que não possuem internet em casa 14% fazem uso de internet no local de trabalho, 6% utilizam na escola, 2% utilizam dos amigos, 8% utilizam em outros locais e 70% não souberam responder.

Tabela 17 - Você sabe utilizar computador?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	30	61%
NÃO	19	39%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

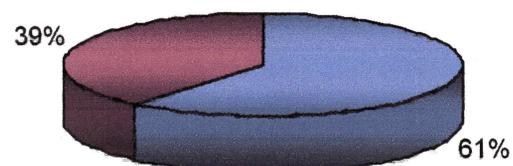


Gráfico 17 - Você sabe utilizar computador?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 18 - Você sabe utilizar internet?

ALTERNATIVAS	RESP	
SIM	29	59%
NÃO	20	41%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

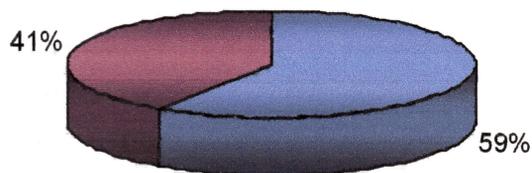


Gráfico 18 - Você sabe utilizar internet?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 19 - Tem computador pessoal?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	21	43%
NÃO	28	57%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

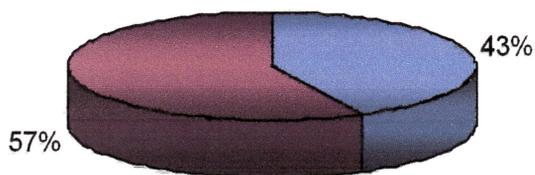


Gráfico 19 - Você tem computador pessoal?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 20 - Você tem acesso a internet em casa?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	19	39%
NÃO	30	61%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

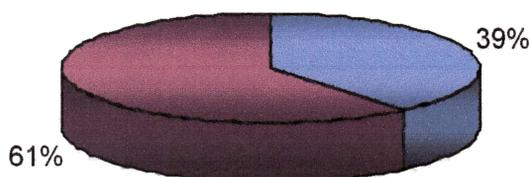


Gráfico 20 - Você tem acesso a internet em casa?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 21 - Se não tem computador e internet, mas sabe usar: a) de qual local você utiliza computador?

ALTERNATIVA	RESP	
TRABALHO	6	12%
ESCOLA	4	8%
AMIGOS	1	2%
OUTROS	4	8%
NÃO RESPONDERAM	34	69%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

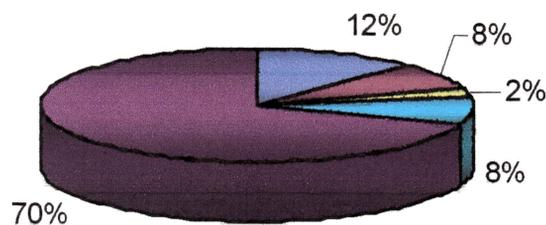


Gráfico 21 - Se não tem computador e internet, mas sabe usar: a) de qual local você utiliza computador?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 22 - b) De qual local você utiliza internet?

ALTERNATIVA	RESP	
TRABALHO	7	14%
ESCOLA	3	6%
AMIGOS	1	2%
OUTROS	4	8%
NÃO RESPONDERAM	34	70%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

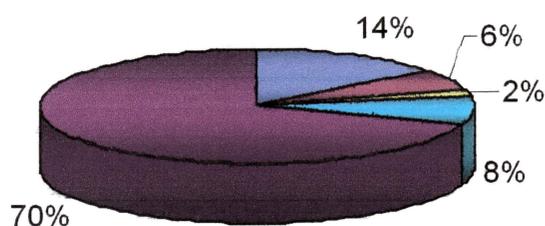


Gráfico 22 - b) De qual local você utiliza computador?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Sobre o conhecimento e utilização dos serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet, 22% disseram conhecer e 16% utilizam; 76% não conhecem e conseqüentemente não utilizam (80%), 2% não souberam responder quanto ao conhecimento e 4% sobre a utilização. Quanto ao grau de satisfação dos usuários pelo atendimento prestado via internet, 8% consideram excelente, 31% dizem ser ótimo, outros 8% afirmam ser regular, 4% responderam ser ruim e 49% não responderam.

Tabela 23 - Você conhece os serviços prestados pelo banco do Brasil via internet?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	11	22%
NÃO	37	76%
NÃO RESPONDERAM	1	2%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

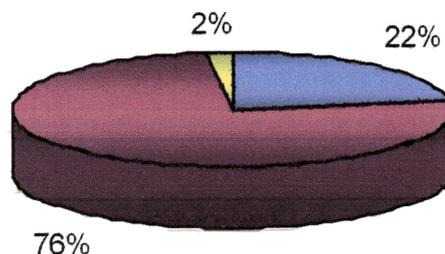


Gráfico 23 - Você conhece os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 24 - Você utiliza os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	8	16%
NÃO	39	80%
NÃO RESPONDERAM	2	4%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

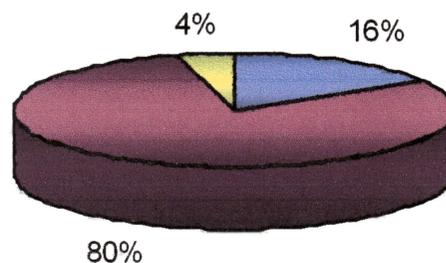


Gráfico 24 - Você utiliza os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 25 - Em média qual é o tempo gasto nas operações realizadas?

ALTERNATIVAS	RESP	
MENOS DE 10 MINUTOS	15	31%
ENTRE 10 A 15 MINUTOS	1	2%
ENTRE 15 E 20 MINUTOS	2	4%
ENTRE 20 E 30 MINUTOS	1	2%
NÃO RESPONDERAM	30	61%
TOTAL		

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

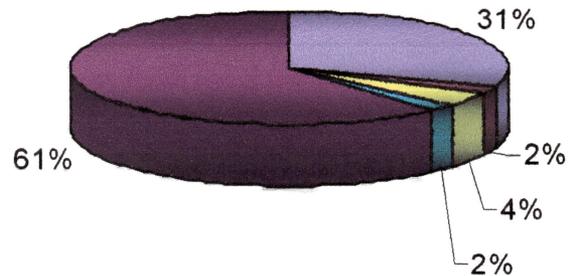


Gráfico 25 - Em média qual é o tempo gasto nas operações realizadas?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 26 - Qual a frequência da utilização?

ALTERNATIVA	RESP	
DIARIAMENTE	9	18%
SEMANALMENTE	3	6%
MENSALMENTE	2	4%
OUTROS	9	18%
NÃO RESPONDERAM	26	53%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

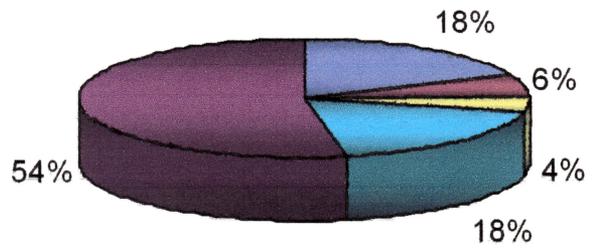


Gráfico 26 - Qual a Frequência de utilização?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 27 - Tem dificuldade na utilização?

ALTERNATIVA	RESP	
MUITA	4	8%
RAZOÁVEL	3	6%
POUCA	5	16%
NENHUMA	9	18%
NÃO RESPONDERAM	28	57%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

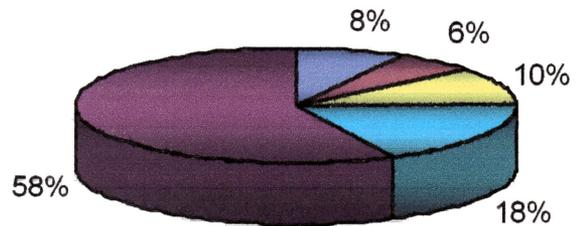


Gráfico 27 - Tem dificuldade na utilização?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 28 - A agência oferece apoio na utilização?

ALTERNATIVAS	RESP	
SIM	18	37%
NÃO	3	6%
NÃO RESPONDERAM	28	57%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

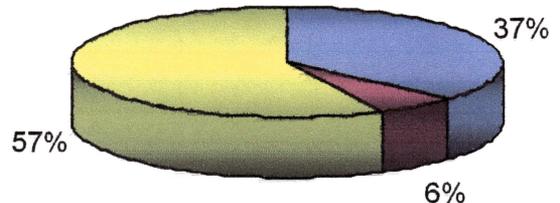


Gráfico 28 - A agência oferece apoio na utilização?

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 29 - Se sim, como classifica esse apoio?

ALTERNATIVA	RESP	
MUITO SATISFATÓRIO	1	2%
SATISFATÓRIO	4	8%
POUCO SATISFATÓRIO	12	24%
NÃO SATISFATÓRIO	3	6%
NÃO RESPONDERAM	29	60%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

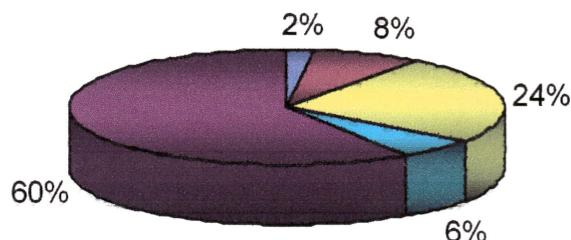


Gráfico 29 - Se sim, como classifica esse apoio?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 30 - Este apoio é suficiente?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	13	27%
NÃO	8	16%
NÃO RESPONDERAM	28	57%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

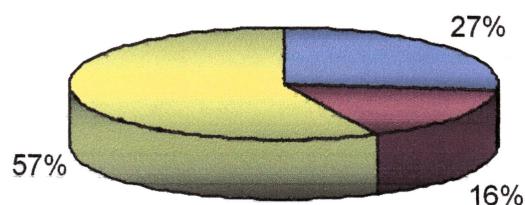


Gráfico 30 - Este apoio é suficiente?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 31 - Qual é a ferramenta que mais utiliza?

ALTERNATIVA	RESP	
PAGAMENTOS	3	6%
EXTRATOS	5	10%
RECEBIMENTOS	1	2%
OUTROS	5	10%
NÃO RESPONDERAM	35	72%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

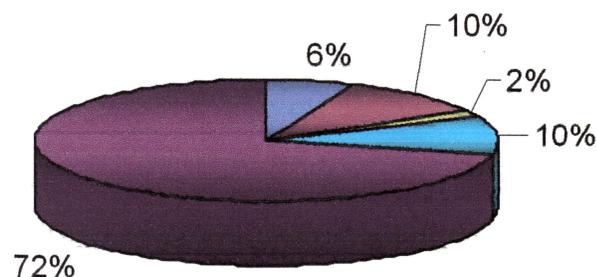


Gráfico 31 - Qual a ferramenta que mais utiliza?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Perante às diferentes formas de prestação de serviços pelo Banco do Brasil, 45% dos respondentes disseram preferir os caixas, 39% preferem os TAAs, 14% preferem a internet para a utilização de serviços oferecidos e 2% não souberam responder. Quanto ao motivo da utilização dos guichês de caixas, 16% disseram não utilizá-los por falta de conhecimento de outras formas de prestação de serviços, outros 16% disseram ser por falta de esclarecimento, 22% disseram ser devido ao uso de

meios como internet e TAAs, 34% disseram ser por outros motivos e 12% não souberam responder.

Tabela 32 - Você prefere a utilização de:

ALTERNATIVAS	RESP	
CAIXA	22	45%
TERMINAIS DE AUTO-ATENDIMENTO	19	39%
INTERNET	7	14%
NÃO RESPONDERAM	1	2%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

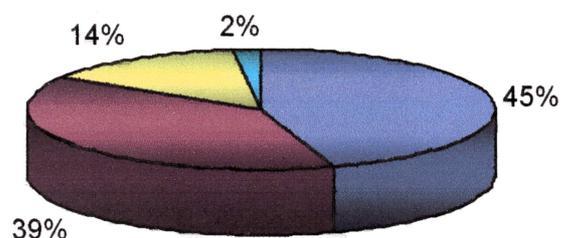


Gráfico 32 - Você prefere a utilização de:
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 33 - Qual o principal motivo que o leva a utilizar o guichê de caixa?

ALTERNATIVA	RESP	
FALTA DE CONHECIMENTO DE OUTRAS FORMAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	8	16%
FALTA DE ESCLARECIMENTO SOBRE OUTRAS FORMAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	8	16%
USO DE OUTROS MEIOS COMO INTERNET E TERMINAIS DE AUTO-ATENDIMENTO	11	22%
OUTROS	16	34%
NÃO RESPONDERAM	6	12%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

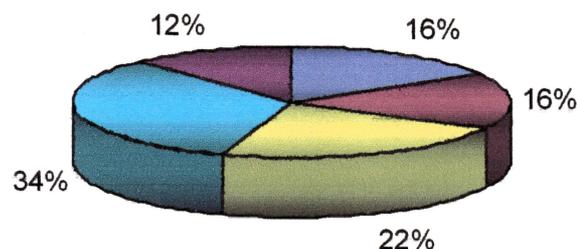


Gráfico 33 - Qual o principal motivo que o leva a utilizar guichê de caixa?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Sobre o tempo de espera em filas de guichês de caixas, percebeu-se que 20% ficam menos de 10 minutos, 14% ficam entre 10 e 15 minutos, 12% ficam entre 15 e 20 minutos, 16% esperam entre 20 e 30 minutos, 29% esperam mais de 30 minutos e 8% não souberam responder. Questionados a respeito do motivo da demora, 31% acreditam ser devido ao pouco número de atendentes, 22% disseram ser devido ao pequeno número de guichês de caixas, 31% acreditam ser devido à fila única x um caixa atendendo, 8% disseram ser devido à falta de atendimento diferenciado entre Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas, enquanto 8% não souberam responder.

Tabela 34 - Qual é o tempo médio que você fica na fila?

ALTERNATIVAS	RESP	
MENOS DE 10 MINUTOS	10	20%
ENTRE 10 A 15 MINUTOS	7	14%
ENTRE 15 E 20 MINUTOS	6	12%
ENTRE 20 E 30 MINUTOS	8	16%
MAIS DE 30 MINUTOS	14	30%
NÃO RESPONDERAM	4	8%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

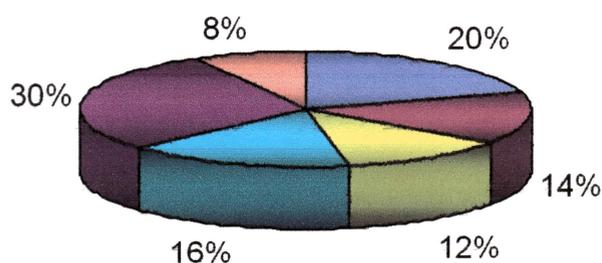


Gráfico 34 - Qual é o tempo médio que você fica na fila?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 35 - Quando você utiliza o caixa, qual o motivo da demora no atendimento?

ALTERNATIVA	RESP	
POUCOS FUNCIONÁRIOS	15	31%
POUCOS GUICHÊS DE CAIXA	11	22%
FILA ÚNICA X 1 CAIXA ATENDENDO	15	31%
ATENDIMENTO NÃO DIFERENCIADO PESSOAS FÍSICAS E PESSOAS JURÍDICAS	4	8%
NÃO RESPONDERAM	4	8%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

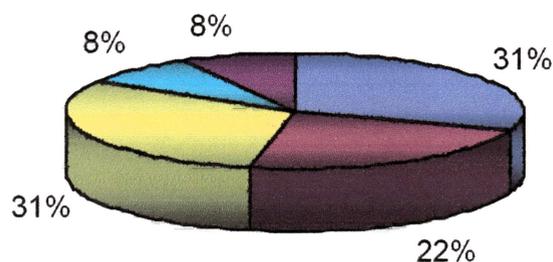


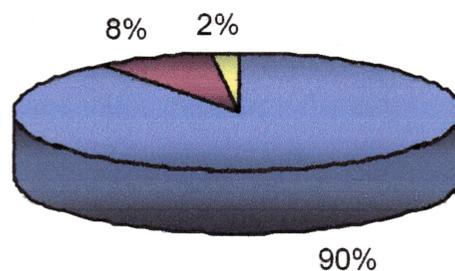
Gráfico 35 - Quando você utiliza o caixa qual o motivo da demora no atendimento?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

No concernente a conforto oferecido aos clientes e usuários durante o tempo de espera, 90% disseram que a agência disponibiliza ar condicionado, 8% disseram receber outros tipos de conforto e 2% não souberam responder. Quanto à preferência desses mesmos confortos, 39% disseram preferir o ar condicionado, 4% disseram preferir música, 43% disseram preferir bancos e cadeiras, 4% preferem jornal e revista e 10% preferem outros tipos de conforto.

Tabela 36 - A agência oferece algum conforto quando você está na fila?

ALTERNATIVA	RESP	
AR CONDICIONADO	44	90%
OUTROS	4	8%
NÃO RESPONDERAM	1	2%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

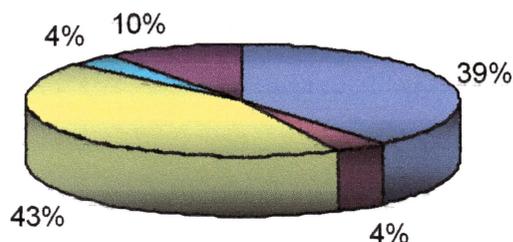
**Gráfico 36 - A agência oferece algum conforto quando você está na fila?**

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 37 - Qual você prefere?

ALTERNATIVA	RESP	
AR CONDICIONADO	19	39%
MÚSICA	2	4%
BANCOS/CADEIRAS	21	43%
JORNAL/REVISTA	2	4%
OUTROS	5	10%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

**Gráfico 37 - Qual você prefere?**

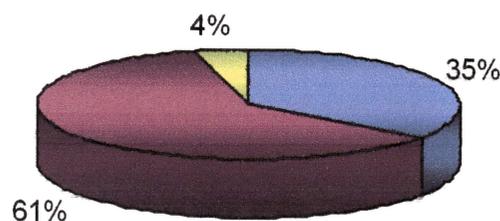
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Sobre a questão de orientação oferecida pela agência durante a espera na fila, 35% das pessoas pesquisadas foram orientadas, onde 27% de forma pessoal, 8% de folders (panfletos), 65% não quiseram responder; e 61% não receberam nenhum tipo de orientação, enquanto apenas 4% não responderam.

Tabela 38 - A agência oferece algum tipo de orientação quando você está na fila?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	17	35%
NÃO	30	61%
NÃO RESPONDERAM	2	4%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

**Gráfico 38 - A agência oferece algum tipo de orientação quando você está na fila?**

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 39 - Se sim, qual?

ALTERNATIVA	RESP	
PESSOAL	13	27%
FOLDERS (PANFLETOS)	4	8%
NÃO RESPONDERAM	32	65%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

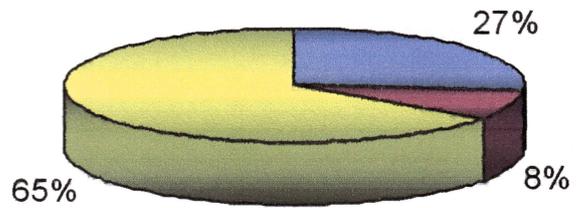


Gráfico 39 - Se sim qual?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 40 - Se não, você acharia importante algum tipo de orientação?

ALTERNATIVA	RESP	
SIM	35	71%
NÃO	2	4%
NÃO RESPONDERAM	12	24%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

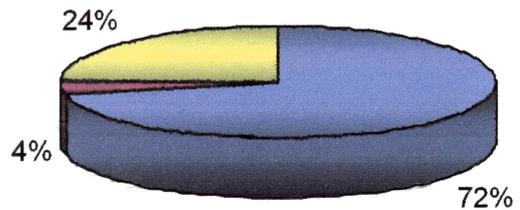


Gráfico 40 - Se não, você acharia importante algum tipo de orientação?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

De acordo com o atendimento nos caixas, 4% acham excelente, 45% consideram ótimo, 18% acreditam ser bom, outros 18% responderam ser regular, 10% disseram ser ruim e 4% não souberam responder; já em relação ao atendimento oferecido por funcionários designados aos TAAs, 8% acham excelente, 55% consideraram ser ótimo, 10% julgaram ser bom, 18% responderam que estava regular e 8% não souberam responder.

Tabela 41 - Qual seu grau de satisfação com os serviços dos caixas?

ALTERNATIVA	RESP	
EXCELENTE	2	4%
ÓTIMO	22	45%
BOM	9	18%
REGULAR	9	18%
RUIM	5	10%
NÃO RESPONDERAM	2	4%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

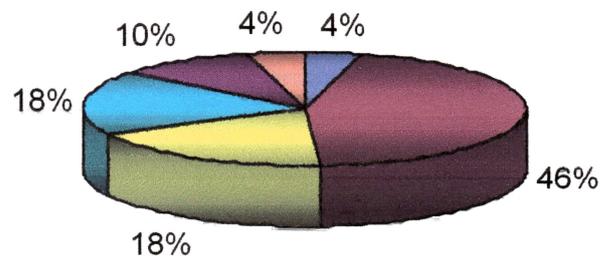


Gráfico 41 - Qual seu grau de satisfação para com os serviços dos caixas?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 42 - Qual seu grau de satisfação com os serviços de TAAs (Terminais de Auto-Atendimento)?

ALTERNATIVA	RESP	
EXCELENTE	4	8%
ÓTIMO	27	55%
BOM	5	10%
REGULAR	9	18%
NÃO RESPONDERAM	4	8%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

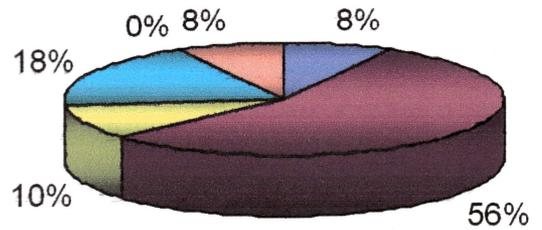


Gráfico 42 - Qual seu grau de satisfação para com os serviços de TAAs (terminais de auto-atendimento)?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

Tabela 43 - Qual seu grau de satisfação com os serviços via internet?

ALTERNATIVA	RESP	
EXCELENTE	4	8%
ÓTIMO	15	31%
REGULAR	4	8%
RUIM	2	4%
NÃO RESPONDERAM	24	49%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

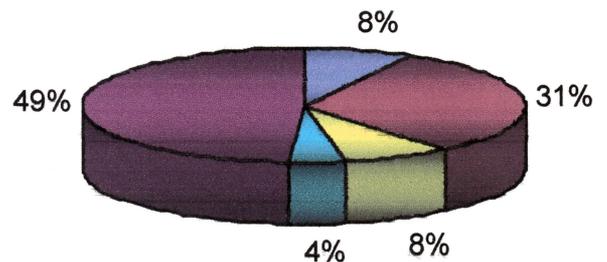


Gráfico 43 - Qual seu grau de satisfação para com os serviços via internet?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

De uma forma geral pode perceber que a satisfação em relação ao atendimento prestado pela agência foi considerada excelente por 8% dos respondentes, 61% acharam ótimo, 20% disseram ser bom e 10% considerou regular; acredita-se que a empresa obteve esse resultado pela agilidade no atendimento dos TAAs (Terminais de Auto-Atendimento) e pelos benefícios e serviços oferecidos pela agência como um todo.

Tabela 44 - De maneira geral qual seu grau de satisfação com relação ao atendimento prestado pela agência?

ALTERNATIVA	RESP	
EXCELENTE	4	8%
ÓTIMO	30	62%
BOM	10	20%
REGULAR	5	10%
TOTAL	49	

Fonte: autor da pesquisa, 2006.

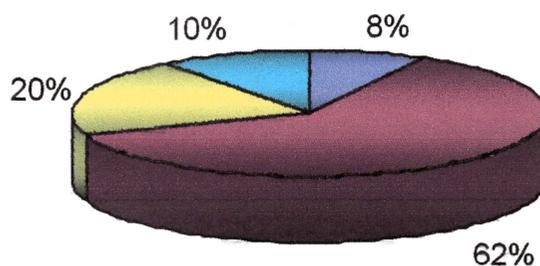


Gráfico 44 - De maneira geral qual seu grau de satisfao em relao ao atendimento prestado pela agncia?
Fonte: autor da pesquisa, 2006.

8 CONCLUSÃO

Os resultados da pesquisa possibilitaram compreender que a espera maior encontra-se nos guichês de caixa, dizendo ser os seguintes motivos: a) poucos funcionários; e b) a fila única x um caixa atendendo.

No âmbito geral, pode-se perceber que os clientes estão com um bom nível de satisfação, começando pelos TAAs (Terminais de Auto-Atendimento), passando pelos guichês de caixas e internet; e ao atendimento geral da agência.

No entanto, percebe-se a necessidade de tomada de decisões cabíveis na resolução do problema das filas nos guichês de caixa, buscando melhorias no atendimento dos mesmos. O resultado final da pesquisa possibilitou também compreender que, conforme as teorias dos autores citados nesta pesquisa, muito tem se falado sobre qualidade do atendimento e satisfação dos clientes, mas pouco se fala sobre o atendimento bancário; a morosidade nesses atendimentos é tão pouco sobre as leis que estabelecem o tempo máximo de espera em filas, tanto no âmbito Federal quanto Municipal. Nesse contexto conclui-se que as agências bancárias buscam, muitas vezes encontrar soluções para essas diversas situações, no entanto na maioria das vezes não as encontram.

Após o estudo pode-se também, perceber que a morosidade em filas na agência do Banco do Brasil de Rubiataba, não é devido somente a poucos guichês de caixas, TAAs (Terminais de Auto-Atendimento), etc., mas também ao pouco número de funcionários bem como a falta de uma melhor preparação dos mesmos para poder lidar com tais situações. Sabe-se, porém, que o treinamento existe, no entanto o mesmo não satisfaz a necessidade existente devido ao pequeno número de funcionários disponibilizados no âmbito da agência.

Mesmo com todas essas dificuldades encontradas, os clientes puderam avaliar de forma satisfatória o atendimento prestado por toda a agência do Banco do Brasil de Rubiataba. Espera-se que com esta pesquisa bem como seus resultados, as agências bancárias como um todo possam melhor avaliar suas atividades para se adequarem às

exigências e expectativas de seus clientes, para que os mesmos sejam fiéis e defensores da agência que acreditam ser a melhor para eles, haja vista que esses podem influenciar outras pessoas.

Constatou-se que dentre as ferramentas oferecidas pelos TAAs, que 6% utilizavam a opção de pagamentos, 29% utilizavam a opção extratos, 24% eram para recebimentos, 12% utilizavam outras ferramentas e 29% não souberam responder. Os respondentes consideraram que a quantidade de TAAs eram suficientes sendo 29%, 42% acharam insuficientes e 29% não souberam responder.

9 SUGESTÕES

- Sugere-se a empresa então, um aumento no número de funcionários para atendimento nos guichês, para que assim atenda melhor a demanda existente e satisfaça os clientes que ali fazem uso dos serviços disponibilizados;
- Preparar melhor esses mesmos funcionários com cursos de capacitação, relacionamento com os clientes, etc., para que assim, os mesmos possam conhecer melhor os serviços disponibilizados afim de que os clientes sejam beneficiados;
- Sobre os serviços prestados via internet, sugere-se que o Banco divulgue mais, pois pelo que foi visto não há a utilização dos mesmos, devido à falta de conhecimento e esclarecimento, muitos potenciais usuários não os utilizam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COUTO, Verônica. Caixa eletrônico sem barreiras. A Bengala Legal - **Revista A Rede - Acessibilidade** - Desenho Universal. Março/2006.. Disponível em: http://www.aredes.inf.br/index.php?option=com_content&task=view&id=476&Itemid=212
Acesso em: 21 nov. 2006..

DIEESE. **Tecnologia: Linha de Produção**. Se o cliente utilizar os terminais eletrônicos sem a ajuda de funcionários a maior dificuldade na utilização dessa nova modalidade dos serviços bancários. Disponível em: www.dieese.org.br/bol/lpr/lpset97.xml

Acesso em: 16 nov. 2006..

FITZSIMMONS, James A; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos, **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing de serviços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RUBIATABA. Lei Municipal nº 1.013, 23 maio, 2002.

REVISTA CONSULTOR JURÍDICO. O atendimento precário nas filas de bancos no Brasil é de tecer alguns comentários a respeito da qualidade do atendimento bancário à população em geral. 22 ago. 2003. Disponível em: www.conjur.estadao.com.br/static/text/3838,1 . Acesso em: 21 nov. 2006..

RIBEIRO, Antônio de Lima. **Teorias da administração**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 3.ed. São Pulo: Prentice Hall, 2002.

SILVINO, M. **Uma metodologia de solução de problemas com enfoque na aprendizagem organizacional: um estudo de caso aplicado no besc**. Disponível em: <http://www.deps.ufsc.br/dissertação99/Silvino/cap1.htm>. Acesso em: 21 nov. 2006..

_____ **Dificuldade na utilização de terminais eletrônicos e julgam a pesquisa realizada com usuários de terminais eletrônicos (Bancos) as pessoas**. Disponível em: www.pg.cefetpr.br/ppgep/revista/revista2005/PDF2/Art10Vol1Nr2.pdf [pdf] teoria z: cultura e estratégia japonesa diskete2} Acesso em: 21 nov. 2006..

Revisado por

Apêndices

APÊNDICE A
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

NOME DA ENTIDADE CONCESSIONÁRIA: BANCO DO BRASIL

ENDEREÇO: AV.: PALMARES, 347

TELEFONE: (62) 3325-1318

NOME DOS PROPRIETÁRIOS OU GRUPO ASSOCIADO: BANCO DO BRASIL S.A.

NOME E CARGO DA CHEFIA DIRETA: JOSÉ WILSON DA SILVA

RAMO DE ATIVIDADE: FINANÇAS

ÁREA DE ATUAÇÃO: INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA

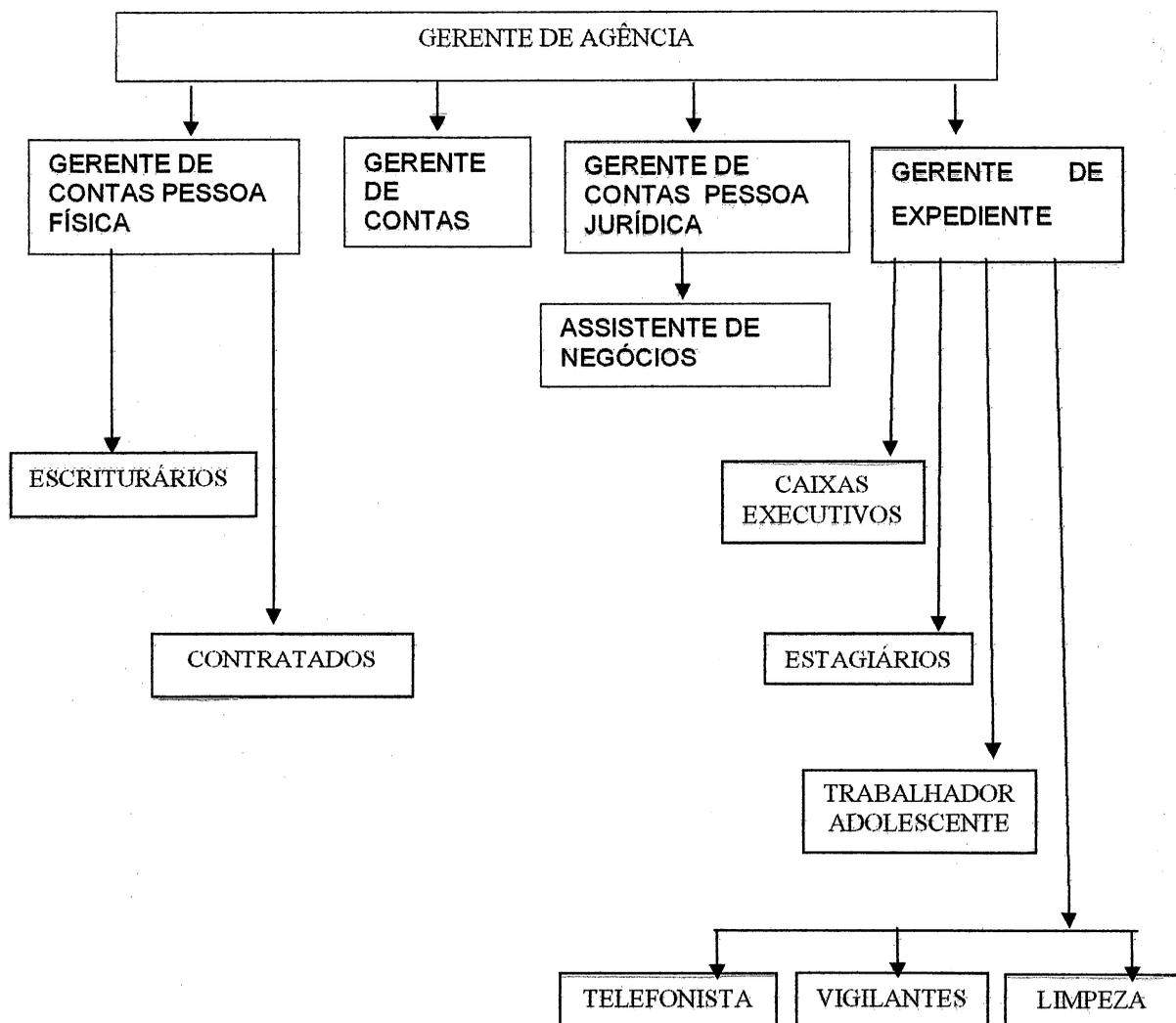
HISTÓRICO

A agência Banco do Brasil S.A de Rubiataba iniciou suas atividades em 19 de janeiro de 1974, com apenas 9 funcionários. Exerce as seguintes atividades: apoio financeiro a pessoas físicas, as micro e pequenas empresas, empréstimos para o setor produtivo rural, nas linhas de crédito PRONAF e FCO, custeio e investimentos, abertura de contas correntes, poupanças, seguros, capitalização, previdência e prestação de serviços.

Em julho de 2004, o Sr. Miguel Castro de Souza, assumiu a gerência da agência tendo em vista que houve o melhoramento nas atividades acima citadas.

APÊNDICE B

ORGANOGRAMA



NÚMERO DE EMPREGADOS: 19

PRINCIPAIS METAS DA EMPRESA: SER A SOLUÇÃO EM SERVIÇOS E INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA, ATENDER ÀS EXPECTATIVAS DE CLIENTES E ACIONISTAS; FORTALECER O COMPROMISSO ENTRE FUNCIONÁRIOS E A EMPRESA; E SER ÚTIL À SOCIEDADE.

PRODUTOS DESENVOLVIDOS PELA EMPRESA: APOIO FINANCEIRO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS; EMPRÉSTIMOS PARA O SETOR PRODUTIVO RURAL, NAS LINHAS DE CRÉDITO PRONAF E FCO; CUSTEIO E INVESTIMENTOS; ABERTURA DE CONTAS CORRENTES, POUPANÇAS E SEGUROS.

LEVANTAR PRINCIPAIS RECURSOS QUE RESULTAM O PRODUTO FINAL:
SERVIÇOS, INVESTIMENTOS, ETC.

CARACTERIZAR OS RECURSOS HUMANOS DA EMPRESA LEVANTANDO:

- a) **CATEGORIA DOS PROFISSIONAIS QUE ATUAM NA EMPRESA:** GERENTE DE AGÊNCIA, GERENTE DE CONTAS EXCLUSIVO, GERENTE DE CONTAS PESSOA JURÍDICA, GERENTE DE CONTAS PESSOA FÍSICA, GERENTE DE EXPEDIENTE, ASSISTENTE DE NEGÓCIOS, CAIXAS, ESCRITURÁRIOS, CONTRATADOS, ESTAGIÁRIOS, TRABALHADOR ADOLESCENTE, TELEFONISTA, VIGILANTES, LIMPEZA.
- b) **DIVISÃO TÉCNICA DE TRABALHO:** 1 GERENTE DE AGÊNCIA, 1 GERENTE DE CONTAS EXCLUSIVO, 1 GERENTE DE CONTAS PESSOA JURÍDICA, 1 GERENTE DE CONTAS PESSOA FÍSICA, 1 GERENTE DE EXPEDIENTE, 1 ASSISTENTE DE NEGÓCIOS, 2 CAIXAS, 2 ESCRITURÁRIOS, 2 CONTRATADOS, 2 ESTAGIÁRIOS, 1 TRABALHADOR ADOLESCENTE, 1 TELEFONISTA, 2 VIGILANTES, 1 LIMPEZA.

- c) VERIFICAR A QUALIFICAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DIVIDINDO EM QUALIFICADOS, NÃO QUALIFICADOS, E TIPOS DE TREINAMENTO OFERECIDOS:

QUALIFICADOS	NÃO QUALIFICADOS	TREINAMENTO
DESDE O GERENTE DE AGÊNCIA ATÉ OS ESCRITURÁRIOS, TODOS SÃO QUALIFICADOS E POSSUEM LARGA EXPERIÊNCIA. OS CONTRATADOS E OS ESTAGIÁRIOS CURSAM O ENSINO SUPERIOR. O ADOLESCENTE TRABALHADOR CURSA ENSINO MÉDIO.	OS VIGILANTES, A TELEFONISTA E LIMPEZA.	A EMPRESA OFERECE TREINAMENTO POIS, OS FUNCIONÁRIOS APESAR DE POSSUÍREM EXPERIÊNCIA, NECESSITAM DE APERFEIÇOAMENTO.

- d) **CONDIÇÕES DE JORNADA DE TRABALHO:** OS COMISSIONADOS TÊM JORNADA DE 8 HORAS DE TRABALHO, PARA OS DEMAIS 6 HORAS, EM EXCEÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS E DO ADOLESCENTE TRABALHADOR QUE É DE SOMENTE 5 HORAS.
- e) **DESCREVER A ROTATIVIDADE DA MÃO-DE-OBRA:** A ROTATIVIDADE OCORRE SOMENTE COM OS ESTAGIÁRIOS, CONTRATADOS E ADOLESCENTE TRABALHADOR.

11. A agência oferece apoio na utilização?

Sim Não

12. Se sim, como classifica esse apoio?

Não satisfatório Pouco Satisfatório
 Satisfatório Muito satisfatório

13. Este apoio é suficiente?

Sim Não

14. Qual a ferramenta que mais utiliza?

Empréstimos. Pagamentos.
 Extratos. Recebimentos.
 Cheques Outros.

15. A quantidade de Terminais de Auto-Atendimento é suficiente?

Sim Não

Se você respondeu "não" na questão 7 responda a partir da questão 16.

16. Qual o principal motivo pelo qual não utiliza o Terminal de Auto-Atendimento?

Falta de conhecimento Falta de esclarecimento
 Uso de outros meios como internet ou guichês de caixas Outros

17. Você sabe utilizar computador?

Sim Não

18. Você sabe utilizar a internet?

Sim Não

19. Você tem computador pessoal?

Sim Não

20. Você tem acesso à internet em casa?

Sim Não

21. Se não tem computador e internet, mas sabe usar:

a) De qual local utiliza computador?

Trabalho Escola
 Amigos Outros

b) De qual local utiliza internet?

Trabalho Escola
 Amigos Outros

22. Você conhece os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet?
 Sim Não
23. Você utiliza os serviços prestados pelo Banco do Brasil via internet?
 Sim Não
24. Em média, qual é o tempo gasto nas operações realizadas?
 Menos de 10 minutos. Entre 10 a 15 minutos.
 Entre 15 a 20 minutos. Entre 20 a 30 minutos.
 Mais de 30 minutos.
25. Qual a frequência de utilização?
 Diariamente Semanalmente
 Mensalmente Outros
26. Tem dificuldade na utilização?
 Muita Razoável
 Pouca Nenhuma
27. A agência oferece apoio na utilização?
 Sim Não
28. Se sim, como classifica esse apoio?
 Não satisfatório Pouco Satisfatório
 Satisfatório Muito satisfatório
29. Este apoio é suficiente?
 Sim Não
30. Quais as ferramentas que mais utiliza? (poderá escolher mais de uma opção)
 Empréstimos. Pagamentos.
 Extratos. Recebimentos.
 Cheques outros.
31. Você prefere a utilização de
 Caixa Terminais de Auto-Atendimento
 Internet
32. Qual o principal motivo que o leva a utilizar o guichê de caixa?
 Falta de conhecimento de outras formas de prestação de serviços
 Falta de esclarecimento sobre outras formas de prestação de serviços
 Uso de outros meios como internet ou Terminais de Auto-Atendimento
 Outros
33. Qual o tempo médio que você fica na fila?
 Menos de 10 minutos. Entre 10 a 15 minutos.
 Entre 15 a 20 minutos. Entre 20 a 30 minutos.

mais de 30 minutos.

34. Quando utiliza o caixa, qual o motivo da demora no atendimento?

- Poucos funcionários. Poucos guichês de caixas.
 Fila única x 1 caixa atendendo
 Atendimento não diferenciado Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas
 Período curto de atendimento (horário de abertura e fechamento do banco)
 Outros.

35. A agência oferece algum conforto quando você está na fila?

- Ar condicionado Música
 Bancos/cadeiras Jornal/revista
 Outros

36. Qual você prefere?

- Ar condicionado Música
 Bancos/cadeiras Jornal/revista
 Outros

37. A agência oferece algum tipo de orientação quando você está na fila?

- Sim Não

38. Se sim, qual?

- Pessoal Folder (panfletos)

39. Se não, você acharia importante algum tipo de orientação?

- Sim Não

40. Qual o seu grau de satisfação com serviços dos caixas?

- Excelente Bom
 Médio Regular
 Ruim

41. Qual o seu grau de satisfação com serviços dos Terminais de Auto-Atendimento?

- Excelente Bom
 Médio Regular
 Ruim

42. Qual grau de satisfação com serviços via internet?

- Excelente Bom
 Médio Regular
 Ruim

43. De maneira geral, qual o seu grau de satisfação com relação ao atendimento prestado pela agência?

Excelente

Bom

Médio

Regular

Ruim

APÊNDICE D**DADOS DO ALUNO****NOME: VALDES CARRIJO CAMPOS****Nº DA MATRÍCULA: 0407260301****ENDEREÇO: RUA PEREIRA, Qd: 15, Lt.: 16, SETOR AEROPORTO****CEP: 76.350-000 CIDADE: RUBIATABA ESTADO: GOIÁS****TELEFONE RESIDENCIAL: 3325-1305****TELEFONE COMERCIAL: 3325-1310****CELULAR: 8448-7669****ESTÁGIO REALIZADO NA ÁREA: ADMINISTRATIVA****EMPRESA: BANCO DO BRASIL****RESPONSÁVEL PELO ESTÁGIO NA EMPRESA: JOSÉ WILSON DA SILVA****ENDEREÇO: AV. PALMARES, 347****TELEFONE: 3325-1310**