

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES COM OS SERVIÇOS BANCÁRIOS PRESTADOS PELAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS UTILIZANDO-SE A ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA

JOSE VALENTIN IGLESIAS PASCUAL

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
jvipascual@uol.com.br

HUMBERTO MEDRADO GOMES FERREIRA

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
hmedrado@gmail.com

LEANDRO CAMPI PREARO

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
LEANDRO.PREARO@USCS.EDU.BR

EDÍLSON HÉLIO SANTANA

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
ehsminas@gmail.com

JOIZA ANGÉLICA SAMPAIO DE ANDRADE

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
joiza@uscs.edu.br

Agradecimento para todos autores, principalmente para o Orientador do artigo professor Dr. Leandro Campi Prearo.

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES COM OS SERVIÇOS BANCÁRIOS PRESTADOS PELAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS UTILIZANDO-SE A ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA

RESUMO

A forma como os clientes percebem os serviços prestados pelas instituições financeiras tem sido comumente avaliada através de pesquisas de satisfação. Ratifica-se esta necessidade pela crescente competitividade interbancária, fruto da alta concentração do setor no Brasil nos últimos 15 anos e também, com o incremento do uso das tecnologias de informação e redes sociais, pelo maior acesso da população à informação. A relevância deste trabalho se apresenta, pois, ao propor uma análise das características da prestação de serviços bancários – vinculadas às reclamações realizadas pelos clientes - estas informações podem ser úteis tanto para o acionista quanto para o investidor. Uma primeira análise, a análise de conglomerados, trouxe a luz os bancos e os tipos de reclamações mais usuais. Uma segunda análise, através a AFE – Análise Fatorial Exploratória – legitimou a pesquisa produzindo resultados que levaram a conclusão que os clientes se preocupam com a qualidade dos serviços prestados, efetivamente, sem se esquecer que a segurança e conveniência também são fatores relevantes para a manutenção destes como clientes das Instituições Financeiras.

Palavras Chave: Sistema bancário; Satisfação do cliente; Bancos.

ABSTRACT

The way customers perceive the services provided by financial institutions has been commonly evaluated through satisfaction surveys. Ratifies this need by increasing interbank competition, due to the high concentration of the sector in Brazil over the past 15 years and also with the increased use of information technologies and social networks, the greater access of the population to information. The relevance of this work appears therefore to propose an analysis of the characteristics of the provision of banking services - linked to complaints made by customers - such information may be useful both for shareholders and for the investor. A first analysis, cluster analysis, showed the banks and the types of most common complaints. A second review by the AFE - Exploratory Factor Analysis - consolidated research producing results that led to the conclusion that customers care about the quality of services effectively, without forgetting the safety and convenience are also important factors in maintaining such as customers of financial institutions.

Keywords: Banking system; Customer satisfaction; Banks.

INTRODUÇÃO

Um dos assuntos mais presentes no contexto das instituições bancárias diz respeito a forma como os clientes percebem os serviços prestados pelo sistema financeiro. Tal proposição é ratificada pela crescente competitividade interbancária, fruto, de certa forma, da alta concentração do setor no Brasil nos últimos 15 anos e também, com o incremento do uso das tecnologias de informação e redes sociais, pelo maior acesso da população à informação.

A relevância deste trabalho se apresenta, pois, ao propor uma análise das características da prestação de serviços bancários – vinculadas às reclamações realizadas pelos clientes - estas informações podem ser úteis tanto para o acionista quanto para o investidor.

Neste contexto, o presente trabalho, suportado por uma análise de conglomerados na qual se identificam os bancos com mais reclamações, procurará responder a seguinte questão: Como os clientes de bancos no Brasil percebem a atuação dos bancos brasileiros quanto à integridade, confiabilidade e segurança nas transações bancárias? Tendo como objetivo geral investigar como os clientes avaliam a prestação de serviços bancários no Brasil com base em uma pesquisa quantitativa das principais reclamações dos clientes ratificadas pelo Banco Central e , como objetivos específicos, apresentar as teorias sobre satisfação e confiança ; conceituar o setor de serviços; descrever o setor bancário brasileiro; demonstrar os principais indicadores de serviços do sistema bancário.

O artigo apresenta em sua estrutura, a seguinte composição: A parte 1 apresenta o setor de serviços e, em especial o setor bancário brasileiro; a parte 2 apresenta a teoria da confiança, sob a qual se manifestam as principais razões da fidelidade de um cliente ao seu banco; os principais indicadores de serviço do sistema bancário brasileiro são expostos na parte 3 deste trabalho, que apresenta os procedimentos metodológicos na parte 4, e na parte 5 as estatísticas e discussões acerca do tema proposto, apresentando, em sequência, as considerações finais para o presente trabalho.

1 - O SETOR DE SERVIÇOS E O SETOR BANCÁRIO BRASILEIRO

Nos últimos 30 anos um dos setores da atividade econômica que mais tem crescido é o setor de serviços. Em especial nos últimos 15 anos, com o advento das tecnologias da informação e comunicação, a realidade empresarial mudou de forma consistente e sistemática por conta de uma maior participação do cliente no contexto das organizações que prestam qualquer tipo de serviço. Corroboram esta assertiva Bastos, Perobelli e Souza (2009) quando afirmam que até meados do século XX o setor de serviços, historicamente, era tratado como residual em relação aos demais setores produtivos do Brasil.

O gráfico 01 apresente a participação percentual do setor de serviços no total nos setores da economia brasileira em 2012.

Gráfico 01 - PIB por Setores da Economia Brasileira em 2012



Fonte: Panorama da Indústria brasileira – Fiesp, 2012.

Segundo dados das Contas Nacionais do IBGE, em 2012, a indústria de transformação foi responsável por 13,3% do PIB. Neste mesmo ano, o setor de serviços representou 55,8% do

PIB, o comércio 12,7%, a agropecuária 5,2% e a construção civil 5,7%. A indústria total, constituída pela indústria de transformação, pela indústria extrativa mineral e pelos serviços industriais de utilidade pública (SIUP, formado pelos fornecimentos de água, eletricidade, etc.), representava 20,6% do PIB.

A heterogeneidade do setor de serviços denota a sua importância para o tecido produtivo de um país, visto que abarcam uma enorme variedade de atividades econômicas e servem e insumo produtivo para o crescimento econômico (HOEKMAN E MATOO, 2008).

Ainda para os mesmos autores, o setor de serviços apresenta as seguintes especificidades:

1 - Produção Conjunta, com os clientes tendo de participar no processo de produção; 2 – Não estocástico – visto que a produção e consumo devem ocorrer no mesmo local e tempo; 3 - Diferenciação - os serviços são adaptados às necessidades dos clientes; 4 - Intangibilidade – característica típica das transações bancárias, complexas em monitoramento, medição e fiscalização.

Sobre estas características repousam o alicerce sobre o qual se fundamenta o presente trabalho, corroborado pelas proposições de Vidal, Muniz e Alvarez (2001) que são enfáticos ao afirmar que anteriormente se utilizava os indicadores quantitativos para análise do setor terciário, como preço, horas de trabalho, os tempos/máquina, reiterando ainda os autores que atualmente, a participação do cliente final tornou difícil a aplicação dos conceitos quantificáveis sob a luz da prestação de serviço como elemento diferencial competitivo.

O setor bancário brasileiro tem passado por profundas transformações desde a década de 1970, como por exemplo, a padronização de processos, reestruturação produtiva, realinhamento com as necessidades de mercado, advento de novas tecnologias, mudança no perfil – e na relação - cliente-consumidor e também pela excessiva concentração do setor, por conta de fusões, aquisições e desaparecimento de tantos outros bancos no cenário econômico brasileiro.

A modernidade presente nas atividades bancárias influencia a reorganização produtiva, com destaque para as inovações tecnológicas, o que contribui para acesso ilimitado a informação, o que leva a mudança nas relações comerciais e a forma como os serviços prestados são percebidos pelas pessoas (PEREIRA, SEGRE, NASCIMENTO, 2013).

Ratificam essa premissa Glasenapp et al (2002), quando propõem a discussão de que as fronteiras ampliadas trouxeram consequências para o sistema bancário que, para atender, adaptar-se as mutações contextuais do cenário mundial, tiveram que aprimorar suas operações.

Amplifica e ratifica este pensamento Paula, Oreiro e Basílio (2013). Para os autores, além dos fatos expostos, o fim da inflação e a entrada de novos players estrangeiros, criaram maior expectativa no que tange a eficiência do setor.

Estas alterações resultaram em profundas mudanças para os setor. A tabela 2 apresenta o número de bancos no Brasil.

Tabela 2 – Número de bancos no Brasil

Origem do capital	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bancos federais	6	8	9	9	9	9	8	8	7	7	6
Bancos estaduais	17	11	8	6	6	6	6	6	6	6	6
Privados nacionais	105	96	93	81	76	78	82	82	81	77	78
Participação estrangeira*	16	12	13	14	11	10	10	8	9	10	7
Controle estrangeiro	59	67	69	72	65	62	58	57	56	56	62
Total	203	194	192	182	167	165	164	161	159	156	159

Fonte: Paula, Oreiro e Basílio (2013).

Os números da Tabela 2 expressam a redução óbvia por conta da mudança estrutural pela qual passou o setor nos últimos anos, com principal deferência ao setor dos bancos privados

nacionais, que experimentou um enxugamento de 27 instituições – ou 25,7% de declínio – para um período de dez anos.

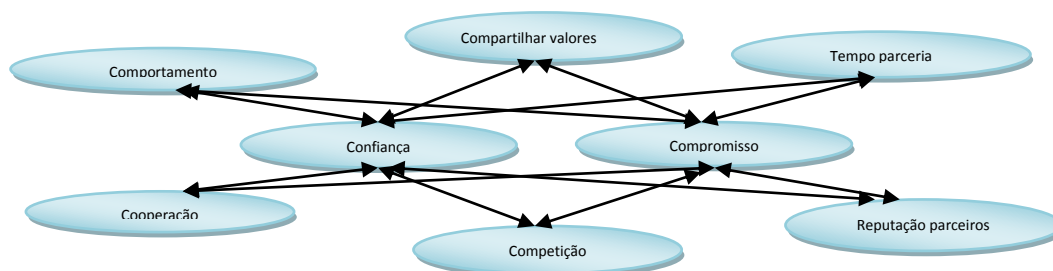
Com efeito, a concorrência acirrada no setor bancário brasileiro intensificou-se com a abertura de mercado pelos bancos internacionais, o que levou as instituições financeiras a se preocuparem com a constante busca por inovações mercadológicas sem esquecer das melhorias no atendimento aos clientes, com o objetivo de retenção e satisfação de suas necessidades no tocante aos serviços contratados junto às instituições bancárias (BASSANI et al, 2011).

2 - TEORIA DA CONFIANÇA

Uma das principais referências está na obra de Morgan e Hunt (1994). Para os autores, compromisso e confiança são a chave para a manutenção das relações comerciais uma vez que provém as ações cooperativas propostas pelos atores envolvidos, salientando ainda que, ambas as premissas – compromisso e confiança – quando unidas, produzem resultados relevantes ao promoverem eficiência, produtividade e efetividade. Estas premissas refletem o compromisso comportamental na condução da relação comercial.

Os valores propostos por Morgan e Hunt (1994) podem ser descritos como na Figura 3.

Figura 3 – Valores de uma relação baseada em confiança



Fonte: Os autores – adaptado de Morgan e Hunt (1994)

Os valores que sustentam as relações de confiança e que estão descritos na Figura 3, apresentam como resultado, a compreensão da percepção da geração de confiança e compromisso com base nas trocas (relações) comerciais entre fornecedores de serviços e as pessoas. Para Bassani et al (2001, pág. 115), “o esforço das instituições para aprimorar os serviços que oferecem não garante a satisfação total dos clientes”. Tal assertiva nos impele a reflexão do quão complexo tornou-se a percepção dos clientes no tocante aos serviços prestados pelos bancos no Brasil.

O aumento das exigências, a necessidade de otimização do tempo, a maior – e por vezes, melhor – qualidade nas informações tornaram a relação cliente X banco altamente complexa.

Essas externalidades a que estão sujeitas os elementos presentes em uma teia de negócios, para Humphrey e Schimtz (2002), representam a importância de se ter sinergia e cooperação entre os atores deste mercado, uma vez que os custos e benefícios advindos desta relação, pode se transformar em uma externalidade positiva ou negativa, dentro do cenário de parceria que se insere neste contexto, visto que a forma como ela é absorvida pode impactar diretamente o elo de confiança estabelecido no seio relação entre estes atores.

Já em Richard Locke (2003), encontramos subsídios que reiteram a importância das relações de confiança em todo tecido produtivo, neste trabalho, em particular, a ratificação das relações de confiança advindas das relações comerciais.

O autor divide o pensamento sobre confiança em duas correntes distintas: 1 – De natureza sociológica: confiança vem de longo prazo, fruto do associativismo, compromisso e

interações extrafamiliares; 2 – De natureza econômica: diferente da sociológica, a confiança baseia-se em interesses próprios e na relação custo X benefício que maximizam a utilidade para uma ou ambas as partes.

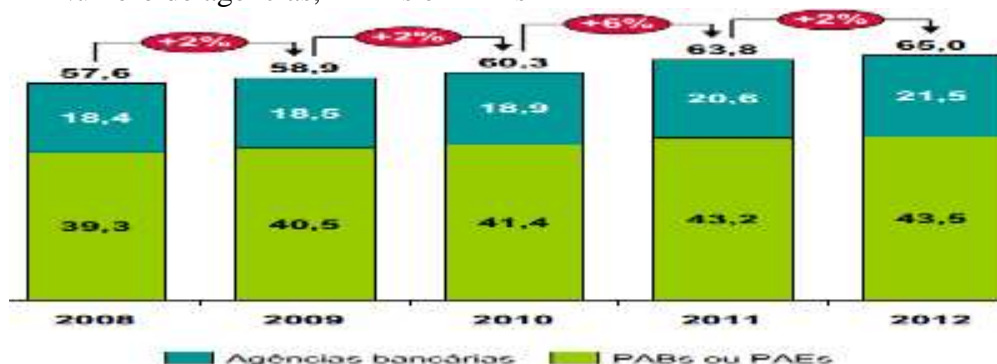
Esta proposta encontra eco em no qual os autores salientam que a confiança se relaciona intimamente com perspectivas positivas acerca de um fenômeno, cuja ação evidencie a integridade de uma das partes, sem prejuízo à outra.

3 - PRINCIPAIS INDICADORES DE SERVIÇOS DO SISTEMA BANCÁRIO

Conforme dados da FEBRABAN, importância dos bancos na vida do Brasil e dos brasileiros exige, da comunidade financeira, desafios constantes para a melhoria dos serviços oferecidos a seus clientes. Conscientes de suas responsabilidades, as instituições bancárias têm investido significativamente em ações destinadas a oferecer atendimento personalizado e de alta qualidade a todos os seus clientes e usuários. Some-se a isso a busca pelo eficiente gerenciamento e a necessidade de retenção dos clientes bancários têm sido relevantes para incremento das ações relacionadas a prestação de serviço pelo sistema bancário.

Uma dessas vertentes diz respeito a conveniência de atendimento por parte dos clientes, que pode ser observado pelo Gráfico 4, que apresenta os números incrementais de agências bancárias, PAB – Posto de Atendimento Bancário e PAE – Posto de Atendimento Eletrônico entre os anos de 2008 e 2012.

Gráfico 4– Número de agências, PAB's e PAE's

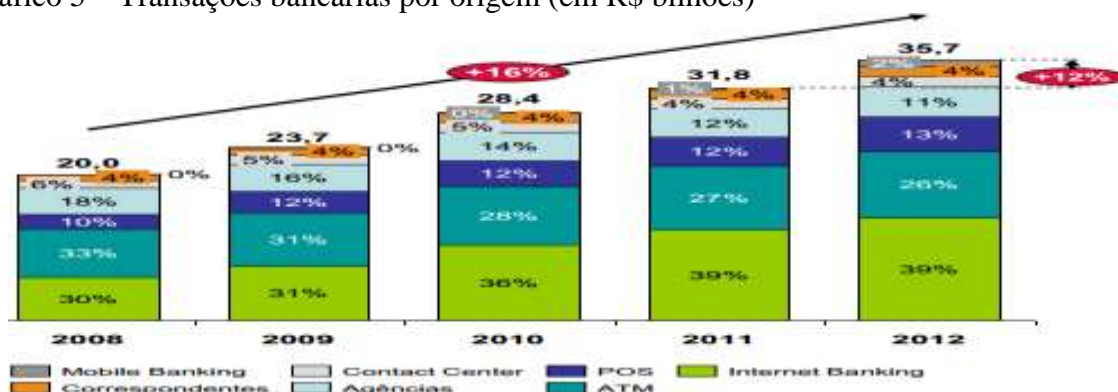


Fonte: Febraban, 2013.

O gráfico 4 explicita o crescimento de agências, PABs e PAEs em 2012. Tal movimento deve persistir nos próximos anos, a taxas mais expressivas até em função da maior bancarização no Brasil. Essa expansão traz discussões importantes quanto as agências que vem intensificando seu papel de relacionamento com o cliente — as transações financeiras nas agências por conta corrente declinaram 5% nos últimos anos.

Outra modalidade de prestação de serviço pelos bancos nacionais, diz respeito às transações por origem de serviço, que inclui os serviços móveis, operações através de bancos correspondentes, por operações via contact center, agências físicas, internet banking, ATM – caixa automático (sigla em inglês de Automatic Teller Machine) e POS – transações móveis (do inglês Point of Service), entre os anos de 2008 a 2012 e expostos no gráfico 5.

Gráfico 5 – Transações bancárias por origem (em R\$ bilhões)



Fonte: Febraban, 2013.

No gráfico 5 é demonstrado que o volume de transações cresceu 78% nos últimos 5 anos fortemente impulsionado pelo Internet Banking e POS. Internet Banking é o canal preferencial do cliente bancário e representa 39% do total de transações. As agências tem o menor crescimento do número de transações com 3% ano a ano, perdendo participação de 18% para 11% no volume total de transações desde 2008.

Bassani et al (2001) descrevem a partir de Garvin (1992), que o cliente se expressa positivamente em relação a qualidade dos serviços prestados quando ele consegue mensurar a capacidade de resposta a sua necessidade.

Para isto, um rol de propostas para melhoria na qualidade do atendimento foi proposta a todas as Instituições Financeiras, com base em documento ratificado pela Federação dos Bancos Brasileiros, que compreendem dentre outros: 1) Atendimento em agências e call centers; 2) Comunicação de produtos e serviços; 3) Aperfeiçoamento na gestão de SACs e ouvidorias; 4) Relacionamento com órgãos de defesa do consumidor e entidades reguladoras.

Alguns dos pontos trabalhados com relevância pelos bancos para que, em todos esses pilares do atendimento bancário, seja alcançada a plena satisfação dos clientes - metaprimordial desse conjunto de ações estão expostos na Tabela 6.

Tabela 6 – Pontos de melhoria de serviços previstos para o setor bancário

Melhoria do atendimento das agências e call centers			
Objetivo	Liquidação de Orpag PF por meio da Central de Atendimento.	Objetivo	Projeto Cliente Misterioso Presencial e Telefônico-avaliar a qualidade do atendimento prestado aos clientes e o cumprimento dos padrões de atendimento bancário.
Ações	Disponibilização de telefones para atendimento aos clientes: para pessoa física,e jurídica	Ações	Intensificar o número de avaliações, de modo a atingir as agências do varejo.
Objetivo	Disponibilização de telefone para atendimento a pessoas portadoras de deficiência auditiva.	Objetivo	Otimizar a disponibilidade tecnológica de acesso ao call center.
Ações	Os portadores de deficiência auditiva podem acessar a Central de Atendimento do Banco do Brasil (0800 729 0088).	Ações	Migração interna de equipamentos: aumento nas portas de URA de 32 para 78 e junção dos 420 troncos de entrada disponíveis, propiciando ganho de escala.
Melhoria da comunicação			
Objetivo	Disponibilizar aos clientes bancários, na proteção de tela dos terminais de auto-atendimento compartilhados, a visualização do selo eletrônico “Bancos Integrados”.	Objetivo	Facilitar o entendimento dos clientes e aproximá-los dos assuntos bancários, utilizando-se uma comunicação simples e transparente
Ações	Implantar nos terminais de auto-atendimento compartilhado do Banco do Brasil proteção de tela com o selo “Bancos Integrados”	Ações	Alteração de toda a linha de comunicação com o cliente (materiais impressos, tipo cartas, take ones, banners, etc.).
Objetivo	Colocar os clientes atendidos pela ouvidoria em linha direta com os executivos de produtos e negócios, para que possam apresentar diretamente suas insatisfações.	Objetivo	A melhoria da transparência das informações nos extratos de conta.
Ações	Melhorias: • no contrato de leasing, de forma a ficar mais claras as informações ao cliente referentes à taxa, juros, tarifas, procedimentos, etc.; • no atendimento da central telefônica, pois os operadores têm que estar melhor preparados para atender o cliente nas situações de reclamações;	Ações	As literais dos extratos foram revistas e novas literais e campos foram criados a partir de sugestões de clientes, visando dar mais clareza ao saldo e às operações apresentadas no extrato
Melhoria na gestão de saes e ouvidorias			
Objetivo	Melhoria de processos, produtos e serviços.	Objetivo	Consolidar as manifestações de clientes e usuários dos diferentes canais disponíveis (telefone, e-mail, Banco Central, Procon, imprensa e cartas), permitindo a avaliação de possíveis oportunidades de melhorias em processos, produtos e serviços.
Ações	Integração das áreas gestoras envolvidas com os produtos, processos e serviços	Ações	Implantação do sistema e treinamento de todos os envolvidos no processo, incluindo segmentos e departamentos.
Objetivo	Planejamento para implementação da Ouvidoria para clientes correntistas, utilizando a experiência consolidada na área de cartões de crédito.	Objetivo	Melhoria de processos e agilidade no atendimento
Ações	Atuação com autonomia e agilidade na defesa dos interesses dos clientes na organização	Ações	Revisão de alçadas, redução de steps para a resolução de problemas.
Melhoria no relacionamento com entidades de defesa do consumidor e órgãos reguladores			
Objetivo	Participar da elaboração da Lei da Fila	Objetivo	Consolidar a imagem da área de Ouvidoria como centralizadora de todas as manifestações registradas nos diferentes órgãos de defesa do consumidor.
Ações	Ação pioneira na praça, com o envolvimento dos bancos, órgãos de defesa do consumidor e fiscalização	Ações	Contato freqüente com os referidos órgãos.
Objetivo	Melhorar a qualidade e a eficácia do atendimento aos órgãos de defesa do consumidor, ao Bacen e às demandas provenientes da mídia, em geral	Objetivo	Manter um relacionamento mais próximo do Banco Central do Brasil e dos órgãos de defesa do consumidor, para atendimento prioritário às questões apontadas.
Ações	Criação de uma subárea, dentro da Ouvidoria, denominada área de Relações Institucionais	Ações	Estruturação da Gestão de Atendimento e Reclamação

Fonte: Os autores – adaptado de Relatório Compromisso com a Melhoria Febraban, 2008.

A tabela 6 reforça o pensamento de Locke (2003), que exemplifica que o estabelecimento de relações de confiança pode ser construído a partir de comportamentos previstos e aceitos pelos participantes de uma cadeia.

Esta passagem justifica a relevância deste trabalho, ao propor uma análise das características da prestação de serviços bancários – vinculadas às reclamações realizadas pelos clientes - e que tem por base o estabelecimento primário de relação de confiança que faz com que uma pessoa se torne cliente de um banco.

4 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Uma pesquisa descritiva analisa os elementos de uma pesquisa num determinado momento. Essa pesquisa permite desenvolver dados mais elaborados, como a partir de dados nacionais gerar uma análise regional dessas informações coletadas (HAIR et al. 2005).

A natureza de pesquisa quantitativa quantifica os dados usando uma amostragem com grande quantidade de elementos. A análise dessas informações é realizada com softwares estatísticos específicos (HAIR et al. 2005 & MALHOTRA, 2006).

A Pesquisa é Descritiva e de natureza Quantitativa. A análise dos dados utiliza a tabulação e tratamento no software SPSS v. 20, tendo como escala de avaliação as “irregularidades procedentes” disponibilizadas no sítio eletrônico do Banco Central do Brasil. A análise de agrupamentos classifica elementos em grupos relativamente homogêneos. Os elementos semelhantes devem pertencer ao mesmo grupo e elementos distintos devem pertencer a grupos diferentes (HAIR, 2009).

Em uma primeira análise, a análise de conglomerados, pelo método conhecido como Two Steps Clusters teve como amostra escolhida as reclamações procedentes dos anos 2012, 2013 e 2014 no mês de Julho. Foram identificados os dados do período (ano, mês), tipo de instituição financeira (banco ou conglomerado), categoria do banco (menos de 2 milhões de clientes ou mais de dois milhões de clientes), nome da instituição financeira, tipo de irregularidade e quantidade de ocorrência das irregularidades procedentes por instituição financeira.

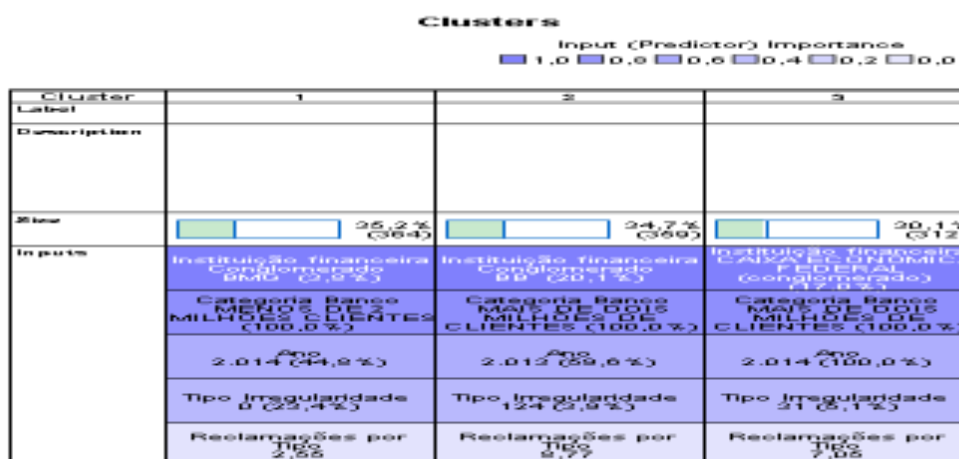
Para a análise fatorial exploratória (AFE) utilizou-se o modelo de questionamentos do BACEN aplicado às pessoas físicas e instituições financeiras que contemplam as principais reclamações dos clientes. Neste estudo, fragmentou-se tal modelo o que resultou em um questionário com 18 perguntas que refletem as reclamações mais frequentes dos usuários dos sistemas bancários brasileiros, bem como aquelas de maior conhecimento por parte da população, evitando-se o tecnicismo do modelo aplicado ao setor financeiro.

5 - ANÁLISE DE DADOS

5.1 - Agrupamento por clusters.

A análise de dados usou software SPSS versão 20. Após a análise o SPSS gerou os seguintes clusters conforme figura 7.

Figura 7 – Clusters gerados



Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

No Cluster 1 foram selecionados 35,2% dos registros, 364 registros. O Banco com maior quantidade de reclamações foi o BMG com 3,8%. A categoria de Banco foi menos de 2 milhões de clientes 100% do cluster. Os registros selecionados do cluster foram 44,8% do ano

2014. O tipo de irregularidade de maior ocorrência foi 0, nenhuma ocorrência, com 23,4%. A média de quantidade de reclamações desse cluster foi de 2,55.

No Cluster 2 foram selecionados 34,7% dos registros, 359 registros. O Banco com maior quantidade de reclamações foi o Banco do Brasil com 20,1%. A categoria de Banco foi mais de 2 milhões de clientes 100% do cluster. Os registros selecionados do cluster foram 59,6% do ano 2013. O tipo de irregularidade de maior ocorrência foi 124, Conta - Salário – Prestação do Serviço foi irregular, com 3,9%. A média de quantidade de reclamações desse cluster foi de 8,77.

No Cluster 3 foram selecionados 30,1% dos registros, 312 registros. O Banco com maior quantidade de reclamações foi a Caixa Econômica Federal com 20,1%. A categoria de Banco foi mais de 2 milhões de clientes 100% do cluster. Os registros selecionados do cluster foram 100% do ano 2014. O tipo de irregularidade de maior ocorrência foi 31, Irregularidades relacionadas ao fornecimento de documento para liquidação antecipada de operações de crédito consignado, com 5,1%. A média de quantidade de reclamações desse cluster foi de 7,05.

Para verificar a diferença dos clusters foi utilizado o teste de Main Whitney ao nível de 5%, representando:

- a) Ho - não há diferença entre os clusters
- b) H1 – há diferença entre os clusters

A figura 8 analisa a diferença dos clusters utilizando o teste de Mann Whitney.

Figura 8 - Teste Mann Whitney

Test Statistics ^a					
	Ano	Categoria Banco	Tipo Irregularidade	Reclamações por Tipo	TipoInstFinanceira
Mann-Whitney U	39098	0	12873,5	33667	48466,5
Wilcoxon W	103718	66430	79303,5	100097	114896,5
Z	-10,041	-26,87	-18,705	-11,607	-10,221
Asymp. Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Analisando os dados descritos na Figura 4, todas as variáveis rejeitaram Ho, considerando significância ao nível de sig. 5%. Dessa forma, conclui-se que existe diferença significativa entre os clusters.

5.1.1 – Análise dos Clusters associando com a Teoria da Confiança.

Os clientes de bancos tendem a aumentar a sua confiança nas instituições financeiras utilizando alguns indicadores de qualidade.

A quantidade de reclamações procedentes identificada na Pesquisa do Banco Central é um dos indicadores de qualidade mais significativos para os clientes das instituições financeiras.

Dessa forma, podemos relacionar os três clusters da seguinte maneira:

No Cluster 1, os clientes estão em instituições financeiras com menos de 2 milhões de clientes, no ano de 2014. Nesse caso, a instituição financeira com menor grau de confiança é a BMG, pois essa apresenta a maior quantidade de reclamações.

No Cluster 2, os clientes estão em instituições financeiras com mais de 2 milhões de clientes, no ano de 2013. Nesse caso, a instituição financeira com menor grau de confiança é a Banco do Brasil, pois essa apresenta a maior quantidade de reclamações.

No Cluster 3, os clientes estão em instituições financeiras com mais de 2 milhões de clientes, no ano de 2014. Nesse caso, a instituição financeira com menor grau de confiança é a Caixa Econômica Federal, pois essa apresenta a maior quantidade de reclamações.

Outras considerações são possíveis como: a variação das instituições financeiras nos três anos indica a preocupação das instituições financeiras em melhoria da qualidade no atendimento aos seus clientes; em 2014; os clientes de menores instituições bancárias também desejam aumentar a sua confiança cobrando das instituições financeiras uma melhoria na prestação dos serviços bancários;

5.2 – Análise dos indicadores da percepção dos clientes com serviços bancários

Perfil dos pesquisados

Do universo de respondentes extraiu-se a seguinte tabela amostral, sendo, deste universo, 60% respondentes homens e 40% respondentes mulheres, efetivamente empregados e que fazem uso regular dos serviços bancários, apresentados pela Tabela 9.

Tabela 9 – Quadro amostral de respondentes

Homens		Mulheres	
Faixa etária	Total respondentes	Faixa etária	Total respondentes
23 - 33	3	23 - 33	5
34 - 44	17	34 - 44	8
45 - 55	10	45 - 55	4
Acima 55	1	Acima 55	6
Soma		Soma	
31		23	

Fonte: Os autores – Dados da pesquisa (2014)

As variáveis deste estudo foram definidas com expostas na tabela 10:

Tabela 10 – Definição das variáveis

v1	Abertura de conta corrente com excesso de documentação
v2	Falta de transparência na redação de documentos
v3	Ausência de informações sobre as regras de funcionamento
v4	Encaminhamento de instrumento de pagamento não solicitado
v5	Débito em conta de depósito não autorizado
v6	Realização de operação não reconhecida pelo cliente em terminais
v7	Cobrança irregular de tarifa de cartão de crédito
v8	Cobrança irregular de tarifa de conta corrente
v9	Cobrança irregular de tarifa de conta salário
v10	Encerramento de conta de depósito à vista sem solicitação

v11	Complexidade para fornecimento de cartão de crédito
v12	Atendimento prestado pelo SAC
v13	Insatisfação com o atendimento prestado nas agências
v14	Percepção de irregularidades relativas à integridade
v15	Preocupação com a segurança dentro da instituição bancária
v16	Tempo de espera em fila
v17	Uso dos Terminais eletrônicos
v18	Uso dos serviços de internet

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

5.2.1 – Análise e discussão dos resultados utilizando-se a AFE – Análise Fatorial Exploratória. Nesse primeiro momento, o objetivo foi identificar as cargas fatoriais das variáveis explicitadas com intuito de se eliminar aquelas que apresentassem indicadores $MSA < 0,50$. Com relação ao propósito deste trabalho, pode-se conferir, em um primeiro momento que os indicadores das cargas fatoriais estavam dentro do propósito para grande maioria das variáveis $MSA > 0,50$.

A estrutura da primeira rodada de avaliação possuiu a seguinte configuração:

KMO	0,560
Sig.	0,000

Promovendo os ajustes por conta dos indicadores aceitáveis para a análise, $KMO > 0,50$ e Comunalidade $> 0,50$, foram efetuadas 7 rodadas de ajustes nas variáveis até que se apresentassem os valores finais para análise. Desta feita, pode-se auferir extrema melhora no KMO final em relação ao KMO inicial exposto na tabela 11:

Tabela 11 – KMO após 7 rodadas

KMO	0,714
Sig.	0,000

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Em Prearo (2014) encontra-se a validação para o MSA analisado, sendo sua análise fatorial definida como “Média”. As rodadas foram assim realizadas e as justificativas apresentadas – indicadores menores do que 0,50 - encontram-se assinaladas a apresentadas pela tabela 12:

Tabela 12 – variáveis excluídas e justificativas

v1	abertura de conta corrente com excesso de documentação		
v2	falta de transparência na redação de documentos		
v3	ausência de informações sobre as regras de funcionamento	r3	MSA
v4	encaminhamento de instrumento de pagamento não solicitado		
v5	débito em conta de depósito não autorizado	r8	comunalidade
v6	realização de operação não reconhecida pelo cliente em terminais		
v7	cobrança irregular de tarifa de cartão de crédito		

v8	cobrança irregular de tarifa de conta corrente		
v9	cobrança irregular de tarifa de conta salário		
v10	encerramento de conta de depósito à vista sem solicitação		
v11	complexidade para fornecimento de cartão de crédito		
v12	atendimento prestado pelo SAC		
v13	insatisfação com o atendimento prestado nas agências	r7	
v14	percepção de irregularidades relativas à integridade	r4	MSA
v15	preocupação com a segurança dentro da instituição bancária		
v16	tempo de espera em fila	r2	MSA
v17	uso dos Terminais eletrônicos	r5	MSA
v18	uso dos serviços de internet	r6	MSA

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Após os procedimentos de análise, pode-se inferir que em relação à variância total explicada para o trabalho proposto, esta atingiu o indicador de 72,08% o que, segundo Hair (2015) implica em conhecer o que uma solução fatorial, em especial, explica o que todas as outras variáveis juntas representam, salientando que a variância está acima dos 60% minimamente recomendados. A tabela 13 apresenta esta composição

Tabela 13 – Variância Total Explicada (VTE)

Total Variance Explained			
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,295	32,952	32,952
2	1,615	16,145	49,097
3	1,241	12,406	61,502
4	1,058	10,582	<u>72,084</u>
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

A tabela 14 apresenta a composição geral dos resultados contemplando o MSA e as Comunalidades.

Tabela 14 – Representação MSA e Comunalidades

	Variáveis	M.S.A	Comunalidade
v1	Abertura de conta corrente com excesso de documentação	0,692 ^a	0,655
v2	Falta de transparência na redação de documentos	0,565 ^a	0,794
v4	Encaminhamento de instrumento de pagamento não solicitado	0,725 ^a	0,697

v7	Cobrança irregular de tarifa de cartão de crédito	0,704 ^a	0,844
v8	Cobrança irregular de tarifa de conta corrente	0,827 ^a	0,756
v9	Cobrança irregular de tarifa de conta salário	0,734 ^a	0,806
v10	Encerramento de conta de depósito à vista sem solicitação	0,674 ^a	0,716
v11	Complexidade para fornecimento de cartão de crédito	0,692 ^a	0,590
v12	Atendimento prestado pelo SAC	0,677 ^a	0,695
v15	Preocupação com a segurança dentro da instituição bancária	0,749 ^a	0,656

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Como exposto na tabela 14, e atendendo ao proposto por Prearo (2014), a convenção para interpretação do MSA traduz-se, para as variáveis propostas como:

- Admirável: V8
- Mediano : V4, V7, V9 e V15
- Medíocre: V1, V2, V10, V11 e V12

As variáveis com MSA abaixo de 0,50 foram excluídas nas rodadas explicitadas anteriormente.

A comunalidade expressa o quanto da variância total da variável é explicada pelos fatores comuns ou componentes principais. Para o exercício proposto, as maiores comunalidades – que se relacionam com o objetivo do trabalho – foram:

v7	Cobrança irregular de tarifa de cartão de crédito	0,844
v9	Cobrança irregular de tarifa de conta salário	0,806
v2	Falta de transparência na redação de documentos	0,794

Desta feita, após as rodadas de avaliação, foi produzido os seguintes grupos de variáveis:

O Grupo 1, expresso pelas variáveis V1, V2 e V4, tipificada pelos autores como procedimentos operacionais, está representado na Tabela 15.

Tabela 15 – Procedimentos Operacionais

Variáveis		Carga Fatorial
		Fator 1
v1	Abertura de conta corrente com excesso de documentação	0,910
v2	Falta de transparência na redação de documentos	0,842
v4	Encaminhamento de instrumento de pagamento não solicitado	0,841

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Pelo exposto, o fator que mais possui maior correlação com o fator foi a v1, apresentando que o excesso de documentação é impactante dentro do grupo específico avaliado e que se coaduna com a perspectiva do cliente em pertencer a determinada instituição financeira, levando a crer que a burocracia é fator primordial de avaliação quando da prestação de serviços. A maior comunalidade expressa pela variável v2 (0,794) , é indicativo de que a transparência é relevante para fidelização de um cliente bancário.

O Grupo 2, expresso pelas variáveis V7, V8 e V9, tipificada pelos autores como procedimentos de cobrança, está representado na Tabela 16.

Tabela 16 – Procedimentos de Cobrança

Variáveis		Carga Fatorial
		Fator 2
v7	Cobrança irregular de tarifa de cartão de crédito	0,878
v8	Cobrança irregular de tarifa de conta corrente	0,721
v9	Cobrança irregular de tarifa de conta corrente	0,571

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Pelo exposto, o fator que mais possui maior correlação com o fator foi a v7, indicativo da percepção de que a cobrança irregular em cartão de crédito se sobrepõe as demais avaliadas sob a ótica dos respondentes.

A maior comunalidade expressa pela variável v7 (0,844) , permite compreender que a relação de banco perpassa os trâmites de agência, sendo o cartão de crédito elemento de interesse em uma possível aderência do cliente a uma determinada instituição financeira.

O Grupo 3, expresso pelas variáveis V10 e V11, tipificada pelos autores como Serviços Diversos, está representado na Tabela 17.

Tabela 17 – Serviços Diversos

Variáveis		Carga Fatorial
		Fator 3
v10	Encerramento de conta de depósito à vista sem solicitação	- 0,813
v11	Complexidade para fornecimento de cartão de crédito	0,744

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Pelo exposto, o fator que mais possui maior correlação com o fator foi a v10, indicativo que indica o fato do encerramento de conta corrente ser relevante para a perda de um cliente bancário. A maior comunalidade expressa pela variável v10 (0,716) , nos leva a inferir que as ações de uma instituição financeira sem anuência ou conhecimento do cliente é impactante para a manutenção deste.

O sinal negativo da variável 10 pode explicar porque variáveis tão díspares e distintas podem pertencer ao mesmo grupo. Neste caso, o crescimento de uma é inversamente proporcional ao crescimento da outra. Ou seja, ao aumentar a complexidade para fornecimento de cartão de crédito diminui o encerramento de conta.

O Grupo 4, expresso pelas variáveis V12 e V15, tipificada pelos autores como qualidade e segurança, está representado na Tabela 18.

Tabela 18 – Qualidade e Segurança

Variáveis		Carga Fatorial
		Fator 4
v12	Atendimento prestado pelo SAC	0,779
v15	Preocupação com a segurança dentro da instituição bancária	0,651

Fonte: Os autores – dados da pesquisa (2014)

Pelo exposto, o fator que mais possui maior correlação com o fator foi a v12, que permite inferir que o atendimento via SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente – é impactante no momento de avaliação do cliente sobre a qualidade dos serviços prestados e sua manutenção como correntista de um banco.

A maior comunalidade expressa pela variável v12 (0,695) , se coaduna e ratifica que a extensão do serviço bancário que crie agilidade e conveniência para o cliente é relevante para ratificar o vínculo de um cliente com sua instituição bancária.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A apresentação dos bancos com mais reclamações na base de dados do BACEN reflete o desafio atual da gestão de serviços, a qual indica a preocupação das instituições financeiras em melhoria da qualidade no atendimento aos seus clientes; em 2014, os clientes de menores instituições bancárias também desejam aumentar a sua confiança cobrando das instituições financeiras uma melhoria na prestação dos serviços bancários.

A análise fatorial é uma técnica multivariada que busca sintetizar as relações observadas em um conjunto de variáveis que estão relacionadas (Fávero, 2009).

Partindo-se dessa premissa, o objetivo do artigo em avaliar a percepção dos clientes com relação aos serviços bancários foi atendido na medida que trouxe à tona as principais correlações entre as variáveis estudadas, salientando que a percepção dos clientes é latente quanto aos serviços prestados, permitindo deduzir que o mínimo de ação realizada pelos bancos pode se traduzir em satisfação dos clientes porquanto estes percebam que são ações ativas e que respeitam as necessidades dos clientes.

Corroborando esta assertiva o proposto em Fávero (2009) sobre a AFE, quando afirma que “esta técnica permite ao pesquisador identificar um número relativamente pequeno de fatores comuns que são representativos das relações entre um grande número de variáveis”.

7 - REFERÊNCIAS

Banco Central do Brasil. **Ranking das Instituições mais Reclamadas**. Disponível em <https://www3.bcb.gov.br/ranking/>. Acesso 29 de dezembro de 2014.

Banco Central do Brasil. **Reclamações Procedentes**. Disponível em <https://www3.bcb.gov.br/ranking/idxrc.do>. Acesso 4 de janeiro de 2015.

Bassani, Ana Paula. Müller Evelise Venceslau. Oliveira, Mayara. Borges, Nayara Carrara. Moraes, Claudio Alberto. **Segmentação de mercado e benefícios procurados: um estudo sobre o setor bancário**. Revista Jovens Pesquisadores, vol. 8, n. 2 (15), 2011.

Bastos, Suzana Quinet de Andrade. Perobelli, Fernando Salgueiro. Souza, Kênia Barreiro de. **O Dinamismo do Setor de Serviços e sua Interação com o Setor Industrial: uma análise para a Região Sudeste no período pós Plano Real**. XXXVI Encontro Nacional de Economia, 2009.

Corrar, L. J.; Paulo, E.; Dias Filho, J. M. **Análise Multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Favero, Luiz Paulo. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Febraban. **O setor bancário em números: pesquisa febraban de tecnologia bancária**, 2013.

Febraban. **Relatório Compromisso com a Melhoria**, 2008.

Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. **Relatório Panorama da Indústria brasileira**, 2012.

Glaserapp, Sirlei. Souza, Patrícia Oliveira Teles de. Bacin, Enio Tadiello. Righi, Carlos Alberto Almeida. **Identificação do grau de utilização e satisfação dos clientes dos serviços**

- da sala de auto-atendimento do banco x.** XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2002.
- Gouvea, M. A.; Prearo, L. C.; Romeiro, M. C. **Avaliação do emprego das técnicas de Análise de Correspondência e Análise de Conglomerados em Teses e Dissertações de algumas Instituições de Ensino Superior.** Revista de Ciências da Administração v. 15, n.35, o. 52-67 abr. 2013.
- Hair Jr, J. F. & Anderson, R. E. & Tatham, R. L. & Black, W. C. **Análise multivariada de dados.** 6ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- Hair Jr, J. F. & Babin, B. & Money, A. H. & Samuel, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre: Bookman, 2005
- Humphrey, John. Schimtz, Hubert. **How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters?** Regional Studies, Vol 36.9, pp 1017-1027,2002.
- Hoekman, Bernard. Mattoo, Aaditya. **Services Trade and Growth.** Policy Research Working Paper 4461, 2008.
- Locke, R. **Building trust.** Tradução de Oliveira, Pedro Rocha de. Revista Econômica, 2003.
- Malhotra, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- Morgan, Robert M. Hunt, Shelby D. **The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing.** Journal of Marketing. Vol. 58. Julho, 1994.
- Paula , Luiz Fernando de. Oreiro, José Luis. Basilio, Flavio A. C. **Estrutura do setor bancário e o ciclo recente de expansão do crédito: O papel dos bancos públicos federais.** Revista Nova Economia, 2013.
- Pereira, Claudio Lopes. Segre, Lidia Micaela. Nascimento, Rejane Prevot. **A ampliação das estruturas de controle por meio das tecnologias de informação e comunicação: a onipresença do “pan-óptico eletrônico” no setor bancário.** Cad. EBAPE.BR, v. 11, nº 1, artigo 5, Rio de Janeiro, Mar. 2013.
- Prearo, Leandro Campi. **Notas de aula.** Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, 2014.
- Vidal, Mario Cesar. Muniz, Helder Pordeus. Alvarez Denise. **Terá a atividade um lugar na avaliação de performance do setor de serviços?** Revista ação econômica, v.1, n.2, 2001.