



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CAMPUS I – CAMPINA GRANDE**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ALLAN RIBEIRO BARBOSA**

**UM ESTUDO COMPORTAMENTAL DOS USUÁRIOS DOS CAIXAS  
ELETRÔNICOS NAS AGÊNCIAS DO BANCO DO BRASIL, BRADESCO, ITAÚ E  
SANTANDER EM CAMPINA GRANDE-PB**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**2013**

**ALLAN RIBEIRO BARBOSA**

**UM ESTUDO COMPORTAMENTAL DOS USUÁRIOS DOS CAIXAS  
ELETRÔNICOS NAS AGÊNCIAS DO BANCO DO BRASIL, BRADESCO, ITAÚ E  
SANTANDER EM CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> MSc. Vilza Maria Batista

CAMPINA GRANDE – PB

2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CIA I – UEPB

B238e Barbosa, Allan Ribeiro.

Um estudo comportamental dos usuários dos caixas eletrônicos nas agências do Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander de Campina Grande - PB . [manuscrito] / Allan Ribeiro Barbosa . – 2013.

38 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Profª. Ms. Vilza Maria Batista, Departamento de Administração”.

1. Caixas eletrônicos. 2. Comportamento. 3. Atendimento. I. Título.

21. ed. CDD 332.1

ALLAN RIBEIRO BARBOSA

**UM ESTUDO COMPORTAMENTAL DOS USUÁRIOS DOS CAIXAS  
ELETRÔNICOS NAS AGÊNCIAS DO BANCO DO BRASIL, BRADESCO, ITAÚ E  
SANTANDER EM CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Estadual da Paraíba, em  
cumprimento à exigência para obtenção do  
grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em 09/09/2013.

Nota: 10,0 (PEZ)



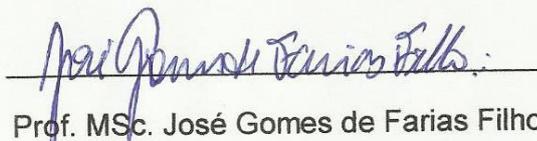
Prof.ª MSc. Vilza Maria Batista

Orientadora



Prof.ª Maria Marluce Delfino da Silva

Examinadora



Prof. MSc. José Gomes de Farias Filho

Examinador

## **AGRADECIMENTOS**

- A Deus, por sua presença em minha vida;
- Aos meus pais, por incentivarem incansavelmente os meus estudos, sem medir esforços, mesmo tendo que abrir mão de outras coisas da vida;
- A minha esposa, pelo incentivo dado para a conclusão deste curso;
- Ao meu filho Vitor, que mesmo ainda no ventre de sua mãe, já me dá forças para seguir minha caminhada;
- A minha turma 2009.2, que me ajudou bastante, sendo participativa em minha vida acadêmica. Sintam-se todos prestigiados;
- Aos professores da UEPB, que conseguiram transmitir conhecimentos que ficarão marcados em minha carreira profissional;
- A todos os amigos e familiares que de forma direta ou indireta, contribuíram para esse presente trabalho e conseqüente conclusão de curso.

# **UM ESTUDO COMPORTAMENTAL DOS USUÁRIOS DOS CAIXAS ELETRÔNICOS NAS AGÊNCIAS DO BANCO DO BRASIL, BRADESCO, ITAÚ E SANTANDER EM CAMPINA GRANDE-PB**

BARBOSA, Allan Ribeiro

## **RESUMO**

A tecnologia da informação e a automação dos serviços bancários tornaram-se essenciais no mundo globalizado, sendo consideradas ferramentas competitivas e estratégicas no mercado de serviços financeiros. A disponibilização dos caixas eletrônicos tem promovido mudanças estruturais e comportamentais aos usuários gerando transformações no cenário bancário ao longo das últimas décadas. Este trabalho tem o objetivo de analisar o comportamento dos usuários de caixa eletrônico, presentes nas agências do Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander, localizados no centro da cidade de Campina Grande-PB, diagnosticando quais os principais fatores que interferem o comportamento desses usuários e realizando uma análise entre os bancos concorrentes. Para alcance desse objetivo foi realizada uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de fundamentar teoricamente a avaliação final da pesquisa. Foi aplicado um questionário junto aos usuários dos caixas eletrônicos, pesquisando quais as suas características socioeconômicas, seu grau de segurança nas transações financeiras, e quais os principais problemas em cada banco pesquisado. Por fim, pôde-se perceber que o caixa eletrônico é o meio de atendimento bancário mais utilizado entre os usuários, com presenças em todas as idades, escolaridades ou gênero. Destacou-se ainda uma parcela de pessoas que têm dificuldades na utilização destas máquinas, bem como os diversos entrevistados que não se sentem seguros ao utilizarem esses equipamentos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Caixas eletrônicos. Comportamento. Atendimento.

## **ABSTRACT**

Information technology and automation of banking services have become essential in the globalized world, which could be considered competitive tools and strategies in the financial services market. The availability of ATMs has promoted structural and behavioral changes in users generating banking scenario. This work has the objective of analyzing the behavior of users of ATM present in the Banco do Brasil, Bradesco, Itaú and Santander, located in the center of the city of Campina Grande, diagnosing the main factors that influence the behavior of these users and performing an analysis among competing banks. For achieving this goal we performed a literature search in order to justify theoretically the final evaluation of the research. Thus, we applied a questionnaire to users of ATMs, researching what their socioeconomic characteristics, their degree of security in financial transactions, and what the main problems in each database searched. Finally, it could be noticed that the ATM is the medium most used banking services among users, with appearances in all ages, educational background or gender. It was also highlighted a portion of people who have difficulties in handling these machines, as well as many respondents who do not feel safe when using the equipment.

**KEYWORDS:** ATM. Treatment. Behavior.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	9
2.1. TECNOLOGIA INFORMAÇÃO.....	9
2.2. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO SETOR BANCÁRIO.....	11
2.3. AUTOMAÇÃO BANCÁRIA NO BRASIL.....	13
2.4. CAIXAS ELETRÔNICOS .....	15
3. REFERENCIAL METODOLÓGICO.....	17
4. DADOS E ANÁLISE DA PESQUISA.....	19
5. CONCLUSÃO.....	32
REFERÊNCIAS .....	34
ANEXO .....	36

## 1. INTRODUÇÃO

A mudança de uma nova ordem econômica, movida por meio virtual, vem por meio de pessoas conectadas e redes de empresas, garantindo o acesso imediato a qualquer informação, produzida em qualquer lugar do mundo. Entre os benefícios mais destacados, estão a economia de tempo, a comodidade e a redução dos custos. A criação de sistemas integrados de informação tem permitido, tanto ao usuário como às empresas, a obtenção de dados atualizados, trazendo de forma radical um banco de dados como uma vantagem competitiva, sustentável, em relação à concorrência e, ao usuário, maior qualidade de informações, elevando o nível de exigência e o poder de barganha, o que passa a demandar as ofertas de produtos e serviços, com mais qualidade e atendimento melhor às necessidades de seus usuários.

De acordo com Porter (1998), é importante que as empresas procurem criar vantagem competitiva por meio da inovação, melhorando ou criando novas maneiras de desenvolver suas atividades, o que incluiria desde mudanças na formatação de produtos e serviços, a alterações em processos, formas de distribuição e comercialização.

O segmento bancário, no uso da tecnologia da informação, destaca-se como um dos mais ativos neste aspecto, haja vista o seu acompanhamento no desenvolvimento de novas tecnologias, apresentando, de forma simples, um amplo leque de opções de serviços. Uma das grandes dificuldades que deu impulso a essa evolução foi a busca de conhecimento das necessidades do consumidor, de maneira individualizada, sua demanda e características, principalmente no quesito de autoatendimento.

O uso das máquinas em substituição ao homem tem sido uma prática inevitável, frente às novas tecnologias. De maneira análoga, o caixa eletrônico (CE) também faz esse papel, proporcionando que os clientes se auto atendam, dispensando o atendimento presencial tradicional, pelo menos em partes.

Diversos estudos foram realizados visando analisar o comportamento do consumidor a exemplo de Laudon e Laudon (2004), Silva (2012), Goode e Moutinho (1995), Lema (1999), Viviani (2007), Grunow (2002) e Silva (2004), no entanto, a literatura pesquisada carece de estudos que analisem o comportamento do consumidor diante das novas tecnologias a exemplo dos caixas eletrônicos. Sabe-se

que existem fatores que influenciam o comportamento do consumidor quanto a sua motivação, segurança e satisfação, na utilização destes equipamentos bancários. Diante disso, questiona-se: Quais os fatores influenciadores do comportamento dos usuários de caixas eletrônicos?

Este estudo tem o objetivo de analisar o comportamento dos usuários de caixa eletrônico, presentes nas agências do Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander, localizados no centro da cidade de Campina Grande-PB, através da verificação dos principais fatores que interferem na utilização desses equipamentos, como também a elaboração de um comparativo entre as variáveis e bancos pesquisados.

A discussão se desenvolveu em torno do questionamento de como as pessoas se comportam como usuários dos Caixas Eletrônicos, por meio de levantamento de informações e análise dos resultados obtidos, visando conhecer as suas percepções em relação ao uso dessa tecnologia.

Este artigo está estruturado com início nesta introdução. O capítulo 2 apresenta o referencial teórico que aborda alguns temas gerais e específicos já discutidos por outros autores. Já no capítulo 3, é apresentado o referencial metodológico com as definições da pesquisa. Em seguida, no capítulo 4, é a vez dos Dados e Análises da Pesquisa. Por fim, apresenta-se a conclusão no capítulo 5.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. Tecnologia da Informação (TI)

Para Laudon e Laudon (2004), sistemas de informação podem ser definidos tecnicamente como um conjunto de componentes inter-relacionados que coleta (ou recupera), processa, armazena e distribui informações destinadas a apoiar a tomada de decisões de uma organização. Para os autores, “os sistemas de informação também podem ajudar os gerentes e trabalhadores a analisar problemas, visualizar assuntos complexos e criar novos produtos”.

Com uma abordagem um pouco diferenciada, Mattos (2005) utiliza outros elementos para definir um sistema de informação como “um sistema especializado no processamento e na comunicação de dados (máquinas) ou de informações (organismos vivos)”, sendo que se constituem de “um conjunto de módulos (objetos) de comunicação, de controle, de memórias e de processadores, interligados entre si por meio de uma rede com protocolo comum”.

Apesar das diferenças encontradas, Silva (2012) considera que, sistema de informação é considerado um conjunto de componentes inter-relacionados, que juntos, possibilitam a entrada ou coleta de dados, o processamento dos mesmos e a geração de informações necessárias para a tomada de decisões. Além disso, deve-se considerar, assim como abordado pelos autores, os mecanismos de feedback, que possibilitam melhores resultados pelo aprimoramento do sistema.

A Tecnologia da Informação não deve ser trabalhada e estudada de forma isolada. Sempre é necessário envolver e discutir as questões conceituais dos negócios e das atividades empresariais, que não podem ser organizadas e resolvidas simplesmente com os computadores e seus recursos de software, por mais tecnologia que detenham. (REZENDE, 2008, p. 174)

Para as organizações atenderem as dificuldades, complexidades e necessidades organizacionais elas não podem desconsiderar a TI e deixar de disseminar o conceito dentro da empresa repassando para os recursos humanos através de treinamento, e planos de capacitação, já que sua principal finalidade e utilidade são o desenvolvimento e a melhoria dos sistemas de informações, atividades e processos.

Na opinião de Foina (2006), as tecnologias por si só não agregam valor, nem contribuem para o sucesso da empresa, se não estiverem dando suporte e apoio aos sistemas corporativos integrados e coerentes com os objetivos e missão da empresa. Os programas de computador, normas, procedimentos, práticas, etc que se utilizam das tecnologias computacionais são denominados Sistemas de Informações Empresariais (ou Corporativos). Assim, segundo essa definição, o Sistema de Informação contempla a TI e todos os seus sistemas computacionais, normas e procedimentos necessários para a sua correta utilização.

Laudon e Laudon (2006) explicam que há certos tipos de Sistemas de Informações (SI) com características especialmente críticas para a prosperidade e a sobrevivência da empresa no longo prazo. São os Sistemas Estratégicos de Informação. Esses podem ser capazes de alterar metas, operações, produtos ou relacionamentos com o ambiente das organizações, para ajudá-la a conquistar vantagem sobre os concorrentes e até mudar o negócio. Além disso, os autores salientam que os Sistemas Estratégicos de Informação devem ser diferenciados dos sistemas de níveis estratégicos:

Os Sistemas Estratégicos de Informação podem ser usados em todos os níveis organizacionais, seu alcance é muito mais amplo e tem raízes mais profundas do que outros sistemas descritos. Eles alteram profundamente o modo como uma empresa conduz suas operações internas e seus relacionamentos com os clientes e fornecedores para tirar proveito da nova tecnologia de sistemas de informação. (LAUDON E LAUDON, 2006, p. 90).

Para Davenport e Prusak (1998), a tecnologia possibilita novos comportamentos ligados ao conhecimento e tanto os usuários como o próprio SI necessitam gerir conhecimento a partir dos dados processados em busca dos objetivos estratégicos da organização.

Segundo Turban, McLean e Wetherbe (2004), todos os sistemas de informação têm um objetivo e um contexto social. Um objetivo bastante comum é fornecer solução para um problema de negócio. O contexto social do sistema consiste dos valores e das crenças que determinam o que é admissível e possível dentro da cultura das pessoas e dos grupos envolvidos.

## 2.2. Tecnologia da Informação no Setor Bancário

A Tecnologia da informação é considerada fundamental para o setor bancário, tanto em nível operacional como estratégico. As razões para esta importância residem nas características do setor, que demandam rapidez nas respostas e necessidades do mercado.

Conforme definem Crane e Bodie (1996), a indústria de serviços financeiros está transformando-se de maneira imprevisível e, as vezes, contraditória. Uma das forças que tem acelerado estas mudanças é a nova TI. A Tecnologia da Informação é tida como uma das maiores e mais poderosas influências a serem consideradas no planejamento das instituições financeiras.

A informatização no sistema financeiro trouxe muitos benefícios para os bancos e para seus clientes, sendo que os bancos podem vender mais produtos e serviços, com baixos custos e os clientes tem benefícios, como: facilidade de acesso aos serviços, redução substancial da necessidade de deslocamento até as agências bancárias; comodidade para a realização de pagamentos, recebimentos e obtenção de informações sobre movimentações financeiras; redução dos custos de transações e dos preços dos serviços; e aumento da segurança pessoal e das transações realizadas. (VIVIANE, 2007, p. 11).

Segundo Baldwin (1991), o sistema bancário vem passando, por uma reestruturação radical. As diretrizes fundamentais da mudança são tecnológicas e irreversíveis. As modernas tecnologias de informação, de comunicação e avaliação permitem qualidade mais alta de vários aspectos bancários.

Os meios de autoatendimento, que dispensam a presença de funcionários, vêm proporcionar um atendimento mais rápido e com menor custo, tendo o início com os caixas eletrônicos (em língua inglesa: ATMs – automatic teller machines), sendo que os bancos tiveram que realizar inúmeras mudanças para a adequação ao novo modelo de atendimento.

Conforme observa Albertin (1993), no estudo de fatores críticos de sucesso da administração de TI do setor bancário nacional, as maiores instituições bancárias brasileiras têm utilizado largamente a TI para interligar todas as suas agências em nível nacional, para processar um número muito grande de transações e atender uma quantidade de clientes, dentro e fora das agências, de forma rápida, segura e, muitas vezes, personalizada.

O Brasil sempre foi um dos cenários mais avançados na revolução das finanças em todo o mundo, sendo um dos pioneiros nas tecnologias e serviços de automação bancária, comparável, e, às vezes superior, às de países desenvolvidos. Hoje, os caixas eletrônicos, já é uma realidade que faz parte do cotidiano dos usuários e clientes dos bancos, sendo uma solução rápida e viável para àquele público. (SILVA, 2004, p. 16).

Segundo Soares (2001), no final de 1997, o Home Banking e seu irmão mais novo, o Internet Banking, conectavam 2,1 milhões de clientes pessoais e 338.000 de clientes. Neste contexto, torna-se relevante descrever a realidade do setor bancário na era da informática, no Brasil.

Em se tratando de Brasil, a tecnologia da informação também se mostra como diferencial de mercado e uma ferramenta ímpar na captação de dados e informações fornecidas pelos clientes. Uma prova disso é a oferta de produtos e serviços aos clientes que simulam empréstimos nos ATMs ou que possuam filhos sendo contatados posteriormente para oferta de seguros e previdência, qualificando o seu nicho de mercado.

Traçando um perfil tecnológico, Lema (1999), afirma que os bancos têm sido uma das molas propulsoras do desenvolvimento da tecnologia de informática e de telecomunicações no Brasil. Permanentemente em mudança, processando bilhões de transações mensais para atender seus clientes, os bancos brasileiros e estrangeiros atuantes no Brasil têm competido por muitos anos por uma clientela que se manteve em crescimento apenas vegetativo, necessitando reagir quase instantaneamente aos sucessivos planos econômicos desde o início dos anos 80, até a implantação do plano Real, em 1994. Há uma permanente demanda de tecnologia de informática e de telecomunicações.

Falcão (1993) vai mais além, quando afirma que os bancos foram beneficiados pelo regime econômico nacional então vigente, no qual esbanjavam ostensivamente suas condições de compradores. Podiam dispor de grandes equipes de sistemas, de equipamentos de grande porte, de projetos ambiciosos e de grandes orçamentos. Não necessitavam terceirizar nem compravam sistemas, simplesmente os desenvolviam. Não contratavam consultores e tampouco olhavam o que outros países estavam fazendo, pois criavam seu próprio *know how*: o Brasil era diferente. Não compartilhavam – hoje em dia pouco compartilham, queriam soluções e estratégias próprias e exclusivas, não cobravam tarifas nem corriam

riscos de créditos. Não havia fusões nem aquisições, muito menos novos concorrentes estrangeiros.

Com o desenvolvimento da tecnologia bancária no Brasil, os bancos que operavam no País, em especial os grandes bancos de varejo, conseguiram criar soluções, mesmo dentro de um cenário econômico no qual a importação de tecnologia era dificultada, comprovando assim, que o sistema bancário brasileiro manteve-se e ainda se mantém, bastante atualizado tecnologicamente diante de todo o resto do planeta. (LEMA, 1999)

### **2.3. Automação Bancária no Brasil**

O processo de automação bancária, conforme Lema (1999), teve início apenas no sistema administrativo em meados da década de 60. Na década de 70, a automação chegou aos caixas e começou a atingir o público. Entretanto, no início dos anos 80, esse processo deu um grande salto, quando surgiram as listas informatizadas das transações realizadas, nas contas correntes e dos saldos, até então consultados manualmente, cada vez que o cliente efetuava uma operação.

Outro momento dentro da história da automação bancária foi a instalação de redes, permitindo que saques e depósitos fossem realizados nos caixas em transações *on-line*. Comumente, verificava-se o uso de carbonos para emissão de segunda via de contratos ou comprovantes de saques. Hoje esse utensílio está em desuso, sendo ocupado pelas impressoras e caixas automáticos.

A automação dos serviços bancários se tornou um fator essencial na busca pelo atingimento da eficácia com menor custo, o que pode ser usado como uma arma competitiva e estratégica no mercado de serviços financeiros. A conveniência proporcionada pelo caixa eletrônico tem desempenhado um papel importante e pioneiro no avanço da transformação tecnológica no cenário bancário.

Silva (2004) discorre que partir do Plano Cruzado, em 1986, os bancos começaram a se movimentar na direção da busca pela eficiência, cortando custos e olhando mais atentamente para questão da produtividade. Concomitantemente aos profundos cortes de funcionários e do número de agências, os caixas eletrônicos passaram a fazer mais operações do que estavam previstas inicialmente, dando um grande passo para automação bancária existente nos dias atuais.

Para Lema (1999), o processo de automação foi incorporado à necessidade de sobrevivência do sistema que exigiu custos de informação cada vez menores e velocidade de transmissão de dados, cada vez maiores. A ideia de deixar o cliente totalmente longe da agência surgiu com o First Direct Bank, ligado ao inglês Midland Bank, conquistando em 5 anos 500.000 clientes. No Brasil, as operações usuais de um banco virtual foram iniciadas em 1994.

Com a disputa pela preferência dos clientes, os bancos brasileiros estão se esforçando para satisfazerem seus clientes. Internet Banking, cartões de crédito com acúmulo de pontos para troca em passagens aéreas, descontos nas tarifas e pacotes de serviços, ampliação da rede bancária, realizações de consultas e transações financeiras através de celulares e smartphone, são os principais diferenciais oferecidos pelos bancos, visando à manutenção e conquista de novos clientes.

Com a oferta de serviços através de canais alternativos, sem a presença de um funcionário, como em caixas eletrônicos, internet, celulares e smartphone, os bancos pretendem ampliar os seus lucros melhorando a qualidade do atendimento e a satisfação do cliente, através da praticidade, comodidade e principalmente pelos horários alternativos.

A criação do banco totalmente virtual vai ao encontro dessa política. A ideia básica dos bancos virtuais é manter o cliente longe da agência. Sua comodidade parece vir em primeiro lugar, mas o número menor de pessoas frequentando as agências significa custos administrativos mais baixos devido a um número menor de funcionários e despesas administrativas com agências. (SILVA, 2004, p. 19).

Para Lema (1999), os bancos brasileiros tiveram que adaptar essa teoria à realidade da cultura comercial brasileira, pois as pessoas no Brasil ainda gostam de ter em mãos o comprovante de pagamento e conversar diretamente com o gerente. Essa flexibilidade oferecida pelos bancos brasileiros, apesar de parecer contraditória, faz sentido. As pessoas, mesmo tendo preferência pelo atendimento de um banco tradicional, onde se pode manter o hábito de ir às agências e conversar com os funcionários, poderão aos poucos aceitar os processos dos bancos virtuais, quando perceberem que esses novos serviços oferecem-lhes maior comodidade.

## 2.4 Caixas eletrônicos

Em 1967, na cidade de Londres, foi instalado o primeiro caixa eletrônico do mundo. A máquina foi criada por John Sheperd-Barron, um inventor escocês que nasceu na Índia e foi para o Reino Unido ainda jovem para estudar na famosa Universidade de Cambridge. Sua capacidade de invenção ficou ainda mais famosa devido a suas pesquisas no desenvolvimento de papel-moeda para mais de 150 países.

No princípio, os caixas eletrônicos não utilizavam cartões magnéticos com o uso de senhas, apenas fichas que eram retidas pelas máquinas durante a utilização, semelhante ao uso dos antigos telefones públicos. Segundo Pimentel (2007), o sistema de automatização chegou ao Brasil no início da década seguinte, com a instalação dos primeiros SOS Bradesco, em São Paulo. Esses terminais só serviam para saques, com os cartões sendo perfurados previamente pelo banco de acordo com os valores a serem sacados.

Segundo Federação Nacional dos Bancos (FEBRABAN), através da pesquisa, “*O setor bancário em números*” em 2010, os caixas eletrônicos, tecnicamente conhecidos como ATM, é o canal mais utilizado pela população brasileira, com 17,8 bilhões de operações ou 31,% do total.

Os caixas eletrônicos disseminaram-se pelo país e ganharam visual afinado com a modernização da identidade corporativa bancária, ocorrida sobretudo a partir da década de 1990. A demanda pela padronização dos espaços para caixas eletrônicos, ou automatic teller machines - ATMs, exigiu um completo redesenho dos halls eletrônicos para adequá-los com a arquitetura do banco, com a identidade corporativa da instituição, com as características técnicas, estéticas e funcionais dos equipamentos e, especialmente, com os usuários. (GRUNOW, 2002, p. 1).

O Banco Central do Brasil, através de seu “*Relatório de inclusão Financeira*” de 2011, afirma que o número de caixas eletrônicos no Brasil supera em cerca de 36% o dos países desenvolvidos. Para cada 10 mil adultos no Brasil, existem 12,8 caixas eletrônicos. Já entre os países desenvolvidos, esse número é de 9,4.

Apesar dos caixas eletrônicos serem utilizados principalmente para retirar dinheiro, eles evoluíram para incluir muitas outras funções bancárias. No Brasil e também em alguns países, é comum encontrar um único caixa eletrônico para

diversos bancos, que em parceria se unem em nome da eficiência e satisfação dos seus clientes, onde quer que esteja.

Em sua pesquisa, Goode e Moutinho (1995) relatam evidências encontradas na literatura que confirmam que altos níveis de satisfação de clientes de bancos estão diretamente relacionados à localização e à acessibilidade dos caixas eletrônicos, ao passo que equipamentos fora de serviço (problemas de conexão, vandalismo, etc.) eram considerados pelos clientes como uma importante fonte de insatisfação com os serviços bancários.

Além de saques, esses terminais estão cada vez mais evoluídos. Neles podem-se realizar transferências on-line, pagamentos, recargas de celulares, contratação de empréstimos, imprimir talões de cheques, depósitos, custódia de cheques, entre outros.

### 3. REFERENCIAL METODOLÓGICO

Tendo como embasamento autores que se referem ao estudo de caso, fez-se uso nesse estudo desta metodologia. Para Yin (2001), o estudo de caso pode ser de dois tipos: Caso único ou Múltiplos Casos, com o segundo sendo indicado para pesquisas com empresas do mesmo segmento empresarial e possibilidade de comparação dos resultados, opção enquadrada para este trabalho.

Quanto à forma de abordagem do problema, a pesquisa pode ser classificada como quanti-qualitativa, visto que, do lado quantitativo, considera a mensuração das respostas podendo ser classificadas e analisadas, utilizando técnicas, estatística e qualitativa, quando considera a relação entre o mundo real e o indivíduo, havendo a atribuição de significados às respostas.

Do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa pode ser considerada como exploratória descritiva, pois descreve os fatores influenciadores no comportamento dos usuários no uso de caixas eletrônicos.

O público pesquisado foi composto por pessoas que utilizam os caixas eletrônicos do Banco do Brasil, Bradesco, Itaú ou Santander, localizados no centro da cidade de Campina Grande-PB, no período de 15 a 19 de julho de 2013, pela manhã e a tarde.

Os dados coletados foram fornecidos pelos usuários, por meio de questionários, constituídos de questões fechadas e de múltipla escolha. O método de inquirição foi direto, isto é, o entrevistador leu o roteiro de entrevista para que o indivíduo desse a resposta, por se tratar de um roteiro um pouco complexo e que atingiria diversos públicos, com diversas idades e níveis de formação. Uma das vantagens desse tipo de obtenção de informação (oral) é que permite atingir índices de resposta muito elevados, segundo Cantandripoulos *et al.*(1997).

O questionário foi respondido por 100 usuários em cada banco, perfazendo um total de 400 entrevistados. O tipo de amostra pode ser considerado não probabilístico, o que, segundo Cantandripoulos *et al.*(1997), consiste em selecionar os elementos em função de sua presença em um momento preciso. A análise dos dados foi feita de frequência absoluta e relativa.

Os dados foram apresentados e analisados através de tabelas e gráficos, seguidos de textos explicativos utilizando-se do emprego dos softwares, Microsoft Excel e Google Docs.

As variáveis pesquisadas através do questionário são descritas na tabela a seguir:

<b>VARIÁVEIS</b>	<b>QUESTÕES</b>
<b>Forma de atendimento</b>	Questão 4
<b>Frequência de utilização</b>	Questão 5
<b>Serviços utilizados</b>	Questão 6
<b>Segurança</b>	Questão 7
<b>Grau de dificuldade</b>	Questão 8
<b>Satisfação</b>	Questão 9
<b>Motivação</b>	Questão 10
<b>Qualidade</b>	Questões 11 e 13

Tabela 1: Variáveis da pesquisa

Fonte: Pesquisa de campo

## 4. DADOS E ANÁLISE DA PESQUISA

Com o objetivo de mensurar o comportamento e a percepção dos usuários dos caixas eletrônicos no centro da cidade de Campina Grande-PB, foram entrevistados um total de 400 clientes em quatro bancos distintos, sendo 100 entrevistas para cada banco. Os entrevistados foram abordados após o uso do caixa eletrônico no período de 15 a 19 de julho de 2013, nas agências do Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander, localizadas no centro da cidade.

Por não dispor de um banco de dados inicial com o perfil sócio demográfico da população pesquisada, a abordagem foi aleatória, através de entrevista por meio de um questionário (Anexo).

### 4.1. Gênero

A pesquisa iniciou-se com a mensuração de homens e mulheres entrevistados em cada banco. Percebe-se que o banco Itaú possui uma grande concentração de homens (70%) em seus usuários enquanto que as mulheres representam apenas 30%. Assim, a quantidade de homens neste banco é mais que o dobro de mulheres. De forma diferente, o Banco do Brasil apresenta um melhor equilíbrio quanto aos gêneros. 58% são homens 42% são mulheres, representando uma diferença de 16 pontos percentuais entre homens e mulheres, bem inferiores aos 40% apresentados pelo seu concorrente Itaú, conforme gráfico 1.

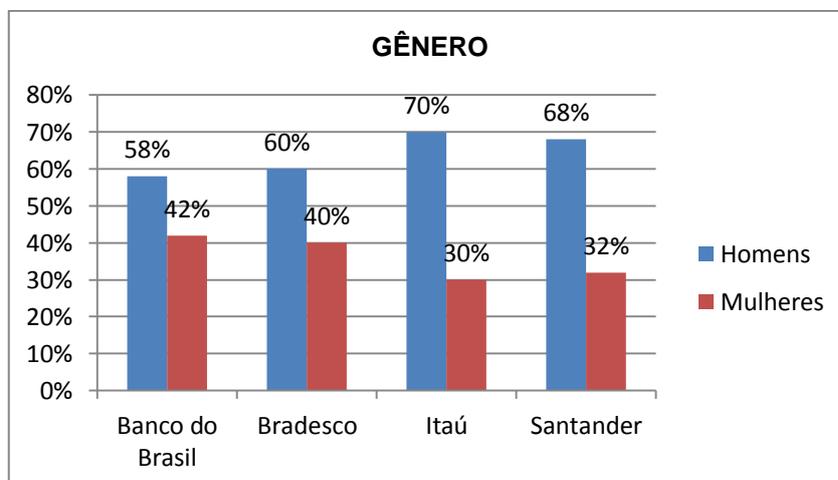


Gráfico 1: Gênero  
Fonte: Pesquisa de campo

## 4.2. Faixa Etária

Na comparação entre as idades dos entrevistados, percebe-se uma distribuição semelhante em todos os bancos, exceto no Santander, onde a faixa etária entre 46 e 56 anos não houve entrevistados. Ademais, destaca-se o percentual de clientes jovens, menor que 25 anos, que já estão “*bancarizados*” e que podem garantir um novo mercado para os bancos. Sobre esses jovens, o Santander é o banco que mais possui clientes entrevistados, 22% no total, seguido do Bradesco com 20%, Banco do Brasil com 18% e por fim o Itaú com 16%.

FAIXA ETÁRIA					
	Menor que 25 anos	Entre 25 e 35 anos	Entre 36 e 45 anos	Entre 46 e 55 anos	Maior que 56 anos
<b>Banco do Brasil</b>	18%	26%	22%	14%	20%
<b>Bradesco</b>	20%	32%	14%	12%	22%
<b>Itaú</b>	16%	26%	26%	20%	12%
<b>Santander</b>	22%	26%	24%	0%	28%

Tabela 2: Faixa etária  
Fonte: Pesquisa de campo

## 4.3. Grau de Instrução

No levantamento de dados sobre o grau de instruções dos usuários, percebeu-se que o ensino médio completo foi a opção que mais apareceu em todos os bancos, principalmente o Itaú com mais da metade dos entrevistados, 54 no total. O Santander possui a maior quantidade em ensino fundamental completo, 24 pessoas, bem superior as 8 do Bradesco e 6 do Banco do Brasil e Itaú.

GRAU DE INSTRUÇÃO				
	Banco do Brasil	Bradesco	Itaú	Santander
<b>Analfabeto</b>	0	2	0	0
<b>Ensino Fundamental Incompleto</b>	10	6	2	2
<b>Ensino Fundamental Completo</b>	6	8	6	24
<b>Ensino Médio Incompleto</b>	12	10	2	8
<b>Ensino Médio Completo</b>	36	34	54	30
<b>Superior Incompleto</b>	16	14	10	10
<b>Superior completo</b>	20	26	26	26

Tabela 3: Grau de instrução (números absolutos)  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.4. Forma de atendimento

Quando perguntado sobre qual a forma de atendimento bancário o usuário mais utilizava (Questão 4), obteve-se uma resposta em grande quantidade de atendimento nos caixas eletrônicos. O caixa eletrônico é a principal forma de atendimento para 96% dos entrevistados no Banco do Brasil, 92% no Santander, 82% no Bradesco e Itaú. Considera-se atendimento presencial, aquele realizado por um funcionário, no ambiente da agência, seja ele no guichê de caixas ou balcão negocial.

Ainda nessa análise, destacam-se os percentuais atingidos pelo Banco do Brasil, nos quesitos “Presencial” e “Celulares e Smartphones”. No primeiro, nenhuma pessoa respondeu que sua principal forma de atendimento é presencial, sendo esse dado favorável às políticas de atuação dos bancos, que estimulam a utilização do autoatendimento. Já no segundo, apenas este banco apresentou clientes que utilizam, de forma mais frequente, o atendimento por Celulares e Smartphones, tecnologia nova e que tem se mostrado um diferencial competitivo, frente aos concorrentes, pela mobilidade desse autoatendimento.

**PRINCIPAL FORMA DE ATENDIMENTO**

	Presencial	Caixas Eletrônicos	Internet	Celulares e Smartphones	Centrais de atendimento por telefone
<b>Banco do Brasil</b>	0%	96%	0%	4%	0%
<b>Bradesco</b>	12%	82%	6%	0%	0%
<b>Itaú</b>	12%	82%	6%	0%	0%
<b>Santander</b>	8%	92%	0%	0%	0%

Tabela 4: Principal forma de atendimento.

Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.5. Frequência de uso dos Caixas Eletrônicos

Em questionamento sobre a frequência do uso dos CE, percebeu-se algumas diferenças entre os bancos. No Banco do Brasil, 52% utilizam-o pelo menos uma vez por mês e 40% pelo menos uma vez por semana. O Bradesco possui uma

semelhança na distribuição dos números, com 60% utilizando pelo menos uma vez por mês e 32% pelo menos uma vez por semana.

De forma mais distribuída, os bancos Itaú e Santander, possuem 22% dos usuários utilizando os ATMs de forma diária. Já na utilização de pelo menos uma vez por semana, o Bradesco apresenta 52% dos entrevistados enquanto que o Santander apresenta 34%. Quando a utilização é de pelo menos uma vez por mês, o Itaú apresenta índice de 34% e Santander de 36%

**FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO DOS CAIXAS ELETRÔNICOS**

	Diária	Pelo menos uma vez por semana	Pelo menos uma vez por mês	Raramente
<b>Banco do Brasil</b>	8%	40%	52%	0%
<b>Bradesco</b>	2%	32%	60%	6%
<b>Itaú</b>	22%	52%	24%	2%
<b>Santander</b>	22%	34%	36%	8%

Tabela 5: Frequência de utilização dos Caixas Eletrônicos  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.6. Serviços utilizados

O item 6 do questionário de pesquisa, indaga sobre quais serviços são utilizados nos caixas eletrônicos. Foi permitida a múltipla escolha dos serviços para uma análise do aproveitamento tecnológico das funções em cada ATM. Dessa forma identificou-se que os saques são realizados por 100% dos entrevistados no Banco do Brasil e Santander, 98% no Bradesco e 92% no Itaú. Os depósitos, também estão sendo utilizados de forma volumosa no Itaú e Bradesco, com 76% e 74% respectivamente.

Os pagamentos e transferências, embora que ainda em minoria, apresentam um percentual de utilização considerável, com os pagamentos sendo realizados por 56% dos entrevistados do Bradesco, 40% do Santander, 38% do Itaú e 30% do Banco do Brasil. Já as transferências, representam 32% do Banco do Brasil e Bradesco, 28% do Itaú e 16% do Santander.

O destaque neste quesito da pesquisa ficou por conta alto índice de utilização do serviço de recarga de celulares através do caixa eletrônico do Bradesco com 20% do público entrevistado, utilizado tal serviço.

### SERVIÇOS UTILIZADOS NOS CAIXAS ELETRÔNICOS

	Saques	Depósitos	Pagamentos	Extratos	Transferências	Recarga de celular
Banco do Brasil	100%	58%	30%	74%	32%	6%
Bradesco	98%	74%	56%	90%	32%	20%
Itaú	92%	76%	38%	82%	28%	4%
Santander	100%	68%	40%	86%	16%	4%

Tabela 6: Serviços utilizados nos Caixas Eletrônicos

Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.7. Segurança

A questão da segurança está inerente a todo o serviço bancário, em especial aos autoatendimentos. Dessa forma, mediu-se o índice de segurança relatado pelos usuários pesquisados. Foi questionado se o usuário se sente seguro ao utilizar os caixas eletrônicos. A resposta foi positiva para 66% no Itaú, 54% no Santander e Bradesco enquanto que apenas 48% se sentem seguros no Banco do Brasil.

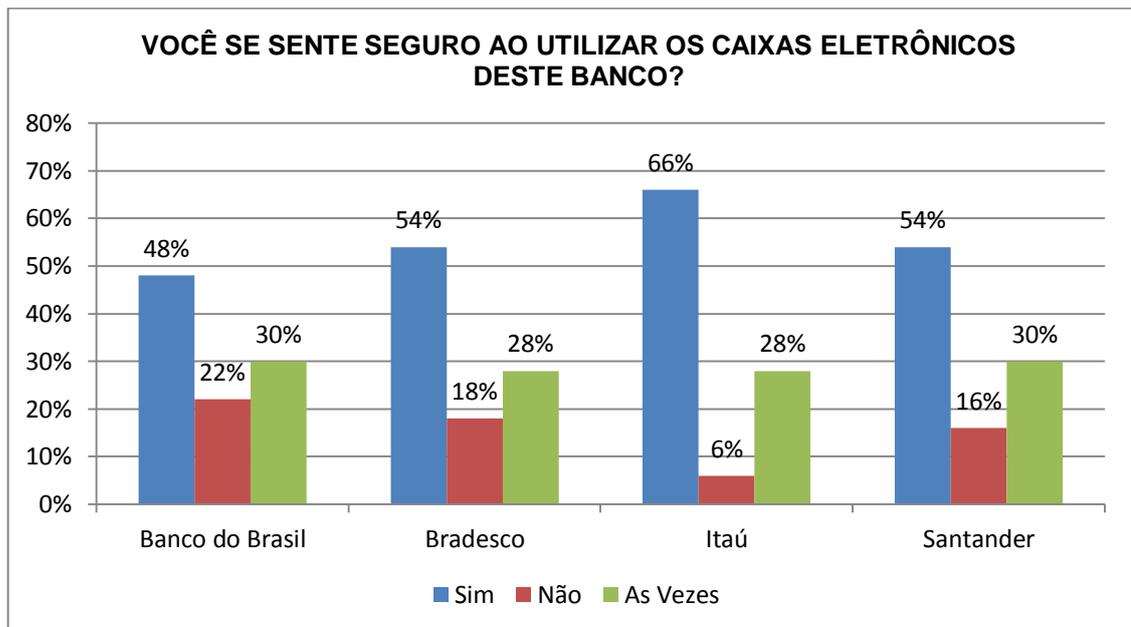


Gráfico 2: Sensação de segurança (por banco).

Fonte: Pesquisa de campo

Ainda nesta pergunta, avalia-se que o índice de incerteza na segurança, evidenciada pela resposta “As vezes”, atinge quase que 1/3 de todo o público entrevistado. Somado a esse número os clientes que não se sentem seguros, obtém-se uma quantidade significativa de pessoas que não estão plenamente seguras, mostrado pelo gráfico 4, totalizando 45%, num universo de 400 entrevistados.

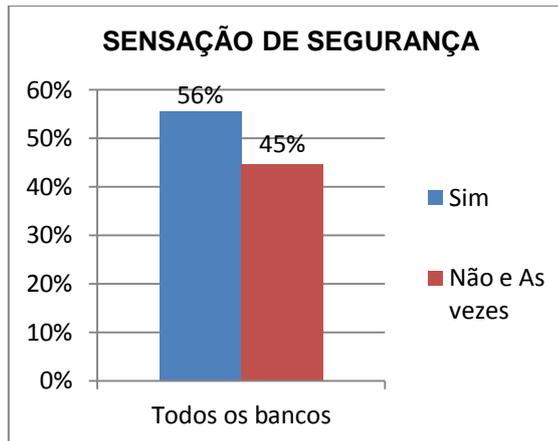


Gráfico 3: Sensação de Segurança  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.8. Grau de dificuldade

O grau de dificuldade no uso das máquinas ATM, também foi avaliado. O banco melhor conceituado neste quesito foi o Itaú, com 96% dos seus entrevistados afirmando ser fácil ou muito fácil a utilização dos caixas eletrônicos. Os demais bancos também tiveram altos índices de avaliação, com 82% para Banco do Brasil, 80% no Santander e 79% no Bradesco.

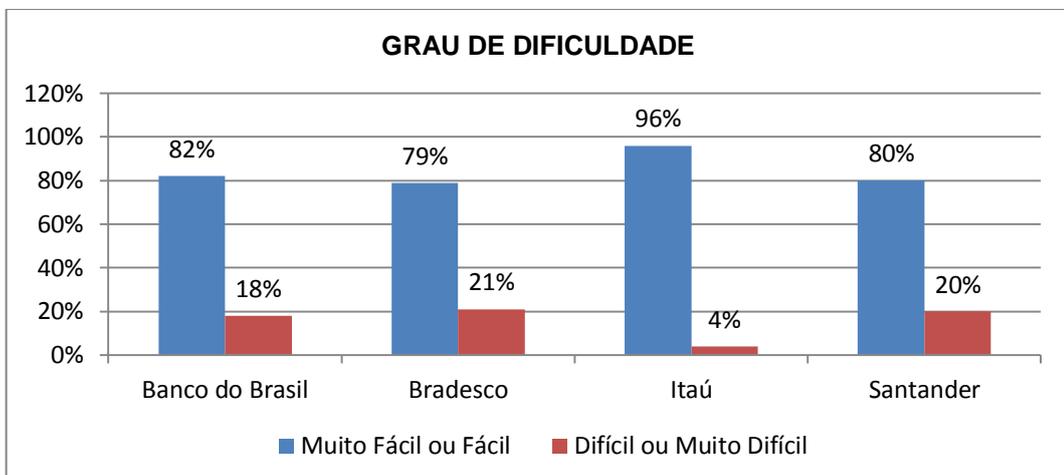


Gráfico 4: Grau de dificuldade  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.9. Satisfação do cliente

A satisfação do cliente foi abordada na item 9 do questionário com a seguinte pergunta: O que falta para o Sr(a) atingir plenamente a satisfação no uso dos caixas eletrônicos? Os números apresentados não foram favoráveis aos bancos. Sendo de múltipla escolha, os resultados demonstram que apenas 16% dos entrevistados do Santander estão plenamente satisfeitos. Valores inferiores são apresentados no Itaú, com 13%, Banco do Brasil com 8% e Bradesco com 4%.

Os principais problemas evidenciados pelos entrevistados são a falta de funcionários para auxílio e a quantidade insuficiente de máquinas na cidade. Para 68% dos entrevistados do Banco do Brasil, a falta de funcionários para auxílio impede a sua satisfação plena no uso destes equipamentos, sendo seguido por 56% no Bradesco, 54% no Itaú e 34% no Santander.

A quantidade de máquinas na cidade é um problema para 62% dos pesquisados no Bradesco. No Itaú esse número cai para 56%, no Santander 50% e por fim sendo um problema para apenas 46% do Banco do Brasil. A tabela 5 mostra com clareza todos os itens citados por cada banco.

<b>PROBLEMAS QUE IMPEDEM O ATINGIMENTO DA SATISFAÇÃO TOTAL</b>				
	<b>Banco do Brasil</b>	<b>Bradesco</b>	<b>Itaú</b>	<b>Santander</b>
<b>Cédulas Retidas</b>	12%	20%	8%	10%
<b>Falta de funcionário para auxílio</b>	68%	56%	54%	34%
<b>Falta de Higiene</b>	4%	0%	2%	4%
<b>Falta de suprimentos para o atendimento</b>	18%	24%	8%	30%
<b>Complexidade nos sistemas</b>	18%	22%	16%	8%
<b>Quantidade insuficiente de máquinas na cidade</b>	46%	62%	56%	50%
<b>Nenhum/Plenamente Satisfeito</b>	8%	4%	13%	16%

Tabela 7: Problemas que impedem o atingimento da satisfação total  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.10. Motivação

A abordagem do tema motivação foi enfocada na questão 10, que pergunta o que motiva o cliente a usar os caixas eletrônicos, com opção de múltipla escolha. Para 70% dos entrevistados do Bradesco, o horário alternativo de atendimento é o que mais lhe motiva a usar os caixas eletrônicos, seguido de 64% do Itaú, 62% do Santander e 54% do Banco do Brasil.

Outro ponto bastante escolhido foi a praticidade, opção escolhida para 78% dos entrevistados do Banco do Brasil, 72% do Itaú, 70% do Santander e 68% do Bradesco, ficando comprovado que os Caixas Eletrônicos reduzem o tempo de atendimento e adaptam-se aos horários de melhor conveniência do consumidor.

**O QUE LHE MOTIVA A UTILIZAR OS CAIXAS ELETRÔNICOS?**

	Segurança	Praticidade	Privacidade	Imposição do banco	Horários Alternativos
<b>Banco do Brasil</b>	22%	78%	18%	6%	54%
<b>Bradesco</b>	30%	68%	28%	0%	70%
<b>Itaú</b>	22%	72%	24%	6%	64%
<b>Santander</b>	40%	70%	16%	4%	62%

Tabela 8: Motivação no uso dos caixas eletrônicos.  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.11. Qualidade

Quando assunto é qualidade de serviços, fez-se uma análise sobre a satisfação do cliente e sua percepção sobre os produtos e serviços apresentados. Neste sentido perguntou-se qual a nota que o cliente atribui para a qualidade dos serviços prestados através dos caixas eletrônicos. O resultado trouxe uma melhor avaliação para o banco Santander que obteve a nota 8,68, seguido pelo Itaú com 8,04, Bradesco com 7,26 e ou pior avaliado com 6,52, o Banco do Brasil.

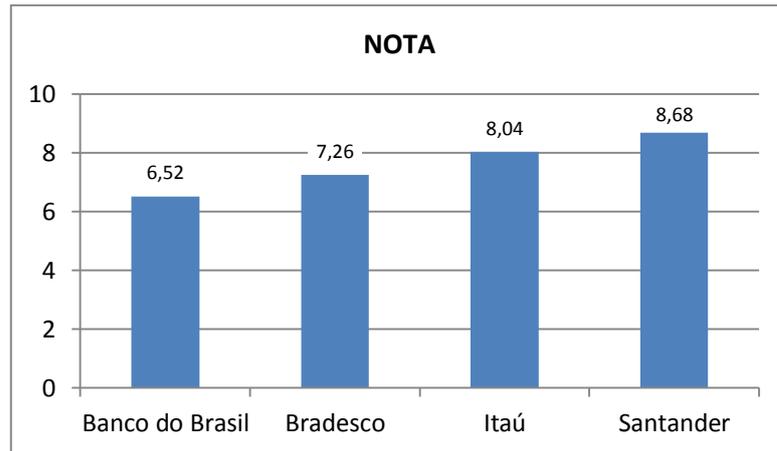


Gráfico 5: Nota sobre a qualidade  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.12. Comparação entre bancos

Os dois últimos temas do questionário convidam o entrevistado a fazer uma análise sobre o banco pesquisado e um segundo banco que ele utilize. O resultado obtido traz quatro matrizes, uma para cada banco.

Os valores apresentados estão em números absolutos. Do ponto de vista da qualidade do atendimento realizado pelos caixas eletrônicos, o Banco do Brasil só foi melhor avaliado no comparativo com o Bradesco (Tabela 9), com 20 pessoas acreditando que o CE do Banco do Brasil apresente melhor qualidade do que dos do Bradesco, com apenas 6 usuários fazendo a análise inversa.

Já o Bradesco obteve o pior desempenho no comparativo. Todos os bancos comparados foram melhor avaliados quanto a qualidade dos serviços prestados pelos máquinas de autoatendimento, com destaque para o Santander, onde nenhum usuário preferiu a qualidade do Bradesco e 14 acreditam que a qualidade do Santander seja melhor.

O Itaú venceu os comparativos entre todos os bancos. Para esses usuários o banco abordado possui melhor qualidade para 20 pessoas em relação ao Banco do Brasil, 14 do Bradesco, 4 do Santander e 8 da Caixa Econômica Federal (CEF), contra 8, 2, 0 e 6 pessoas com análise inversa, respectivamente.

Por fim, o Santander apresentou melhor avaliação na comparação com Banco do Brasil, com 12 entrevistados preferindo a qualidade do banco espanhol e 6 o brasileiro. Em relação ao Bradesco, 14 pessoas preferiram a qualidade do Santander, enquanto que nenhuma pessoa preferiu o Bradesco. Itaú e Santander fizeram o embate com 4 entrevistados preferindo o Itaú e nenhum o Santander.

## COMPARATIVOS DOS USUÁRIOS ENTRE OS BANCOS (Números Absolutos)

Banco do Brasil x Bradesco	
A qualidade do Banco do Brasil é melhor	20
A qualidade do Bradesco é melhor	6
Ambos possuem boa qualidade	14
Ambos possuem péssima qualidade	2

Tabela 9

Banco do Brasil x Santander	
A qualidade do Banco do Brasil é melhor	6
A qualidade do Santander é melhor	12
Ambos possuem boa qualidade	24
Ambos possuem péssima qualidade	2

Tabela 10

Banco do Brasil x Itaú	
A qualidade do Banco do Brasil é melhor	8
A qualidade do Itaú é melhor	20
Ambos possuem boa qualidade	12
Ambos possuem péssima qualidade	2

Tabela 11

Banco do Brasil x CEF	
A qualidade do Banco do Brasil é melhor	8
A qualidade da CEF é melhor	16
Ambos possuem boa qualidade	6
Ambos possuem péssima qualidade	6

Tabela 12

Bradesco x Itaú	
A qualidade do Bradesco é melhor	2
A qualidade do Itaú é melhor	14
Ambos possuem boa qualidade	14
Ambos possuem péssima qualidade	0

Tabela 13

Bradesco x Santander	
A qualidade do Bradesco é melhor	0
A qualidade do Santander é melhor	14
Ambos possuem boa qualidade	10
Ambos possuem péssima qualidade	-

Tabela 14

Bradesco x CEF	
A qualidade do Bradesco é melhor	8
A qualidade da CEF é melhor	10
Ambos possuem boa qualidade	12
Ambos possuem péssima qualidade	0

Tabela 15

Itaú x Santander	
A qualidade do Itaú é melhor	4
A qualidade do Santander é melhor	0
Ambos possuem boa qualidade	16
Ambos possuem péssima qualidade	2

Tabela 16

Itaú x CEF	
A qualidade do Itaú é melhor	8
A qualidade da CEF é melhor	6
Ambos possuem boa qualidade	4
Ambos possuem péssima qualidade	0

Tabela 17

Santander x CEF	
A qualidade do Santander é melhor	8
A qualidade da CEF é melhor	6
Ambos possuem boa qualidade	4
Ambos possuem péssima qualidade	0

Tabela 18

### 4.13. Grau de dificuldade X Faixa etária

Em uma análise com todos os bancos juntos, relacionou-se o Grau de dificuldade na utilização do caixa eletrônico com a idade do entrevistado. Foi constatado que em todas as faixas etárias, a opção Fácil ou Muito fácil prevaleceu sobre as demais. Destaca-se, porém, que o maior nível de dificuldade em manuseios destas máquinas de autoatendimento foi detectado no público Maior de 56 anos, totalizando 30% de Difícil e Muito Difícil.

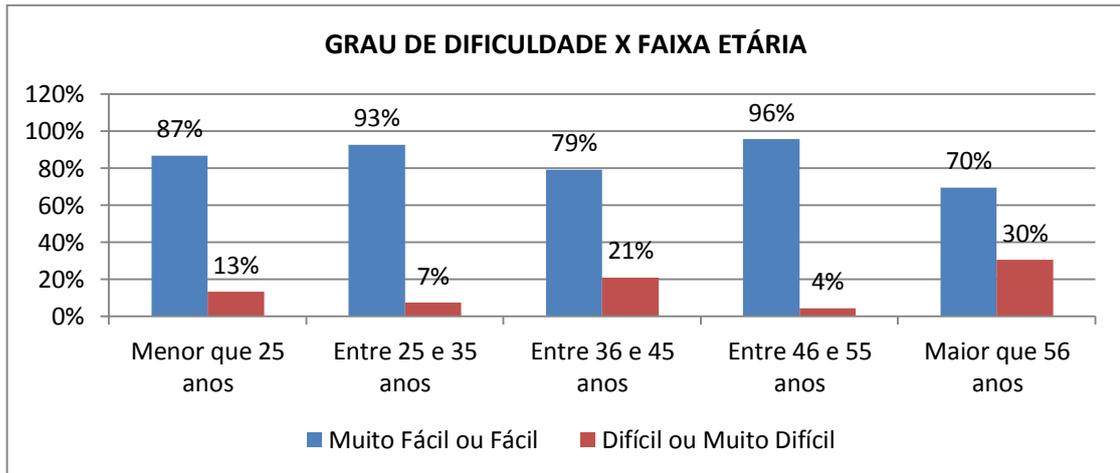


Gráfico 6: Grau de dificuldade X Faixa Etária  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.14. Grau de dificuldade X Grau de instrução

Relacionando o grau de dificuldade em usar os Caixas eletrônicos com o Grau de instrução dos entrevistados foi encontrado que quanto maior o grau de instrução, maior a facilidade no manejo dos sistemas, sendo o inverso também verdade, ou seja, quanto menor o grau de instrução maior é a dificuldade relatada pelos clientes. Esta regra foi confirmada por 100% dos analfabetos que acharam difícil ou muito difícil usar esses sistemas, bem como 96% dos clientes com curso superior que não encontram dificuldades no manuseio.

**GRAU DE DIFICULDADE X GRAU DE INSTRUÇÃO**

	Muito Fácil ou Fácil	Difícil ou Muito Difícil
<b>Analfabeto</b>	0%	100%
<b>Ensino Fundamental Incompleto</b>	80%	20%
<b>Ensino Fundamental Completo</b>	55%	45%
<b>Ensino Médio Incompleto</b>	75%	25%
<b>Ensino Médio Completo</b>	86%	14%
<b>Superior Incompleto</b>	92%	8%
<b>Superior Completo</b>	96%	4%

Tabela 19: Grau de dificuldade X Grau de instrução  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.15. Frequência X Grau de dificuldade

Embora o grau de instrução possua grande influência no grau de dificuldade no uso dos caixas eletrônicos, como relatado no item anterior, constatou-se que a frequência de utilização também influencia no grau de dificuldade. Em análise com todos os bancos juntos, percebeu-se que a maioria dos entrevistados não encontram dificuldades para utilizar esses equipamentos, porém, quanto maior a frequência de utilização, menores são as dificuldades. Para os que utilizam essas máquinas diariamente, apenas 7% não sentem dificuldades com o seu manejo, valor este elevado para 25% para aqueles que utilizam raramente essas máquinas.

FREQUÊNCIA X GRAU DE DIFICULDADE		
	Muito Fácil ou Fácil	Difícil ou Muito Difícil
Diária	93%	7%
Pelo menos uma vez por semana	94%	6%
Pelo menos uma vez por mês	74%	26%
Raramente	75%	25%

Tabela 20: Frequência X Grau de dificuldade  
Fonte: Pesquisa de campo

#### 4.16. Segurança X Gênero

Uma última comparação entre as perguntas do questionário foi a segurança sob o aspecto do gênero masculino e feminino. Os valores apresentados demonstram que 58% dos homens se sentem seguros, enquanto que as mulheres são 51%. Ainda para as mulheres, a sensação de segurança só é percebida às vezes por 34% delas e 15% não se sentem seguras ao utilizar os caixas eletrônicos. Para os homens, 16% não se sentem seguros enquanto que 26% só têm percepção de segurança as vezes.

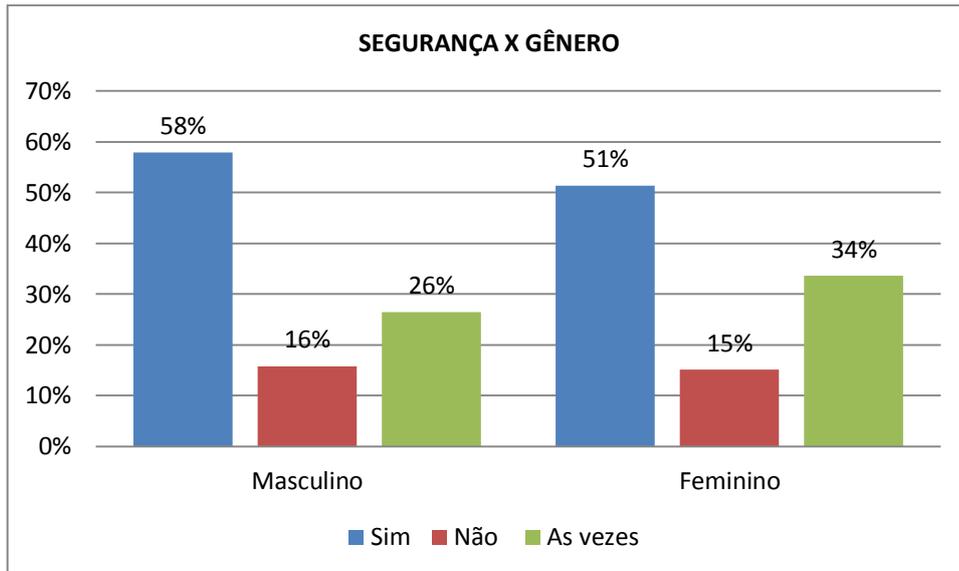


Gráfico 7: Segurança percebida X Sexo  
Fonte: Pesquisa de campo

## 5. CONCLUSÃO

Os caixas eletrônicos estão realmente fazendo parte do cotidiano dos clientes bancários. Pôde-se perceber na pesquisa que o público usuário desses equipamentos é diverso, abrangendo todas as faixas etária, escolaridade e gênero.

A pesquisa também comprovou os números já pesquisados pela FEBRABAN, destacada neste trabalho, onde os caixas eletrônicos representam a maior forma de atendimento no setor bancário, evidenciando que o cliente está menos dependente dos funcionários no interior das agências.

Embora esses equipamentos já estejam bastante difundidos, ainda existem usuários que possuem dificuldades em manuseá-los, constatado na pesquisa pelos de menor grau de instrução, maior idade e pelas pessoas que utilizam com menor frequência essas máquinas, devendo ser investigado pelos bancos quais medidas devem ser adotadas para a melhoria deste índice.

Uma outra medida dever ser trabalhada pelos bancos, a segurança. A princípio esse quesito deveria ter um alto índice de usuários seguros, mas este não foi o resultado encontrado. Os números da insegurança ao utilizar essas máquinas são preocupantes e representam quase metade dos entrevistados.

Percebeu-se, de forma geral, diferenças comportamentais dos usuários, quando comparados os bancos, tais como serviços utilizados, segurança, formas de atendimento, grau de dificuldade, problemas apresentados, satisfação e a qualidade dos serviços prestados.

De uma forma geral, o banco Itaú obteve as melhores avaliações dos usuários, vencendo todos os demais bancos quando comparada as suas qualidades. Embora o Santander apresente a melhor nota na avaliação individual da qualidade, o Itaú não ficou distante, tendo também uma nota satisfatória. O banco ainda foi o melhor avaliado nos quesitos segurança, frequência e grau de dificuldade.

O Santander, também obteve uma avaliação positiva pelos seus usuários, recebendo a melhor nota individual na avaliação da qualidade dos serviços prestados através dos caixas eletrônicos. O banco espanhol apresentou também o melhor desempenho em relação à satisfação dos seus clientes com esses equipamentos.

Para o Banco do Brasil, banco que encontrou a menor nota na avaliação da qualidade, resta o investimento em alguns pontos deficitários como o estímulo dos

usuários a realizarem mais transações pelos ATMs, a melhoria da segurança, visto que menos da metade dos seus entrevistados se sentem plenamente seguros e a disponibilização de mais funcionários para auxílio das transações financeiras.

O Bradesco também não obteve resultados satisfatórios, devendo se preocupar com a segurança, complexidade dos seus sistemas, células retidas, falta de funcionários para auxílio nas transações e principalmente com a quantidade insuficiente de máquinas na cidade.

Por fim, embora não tenha havido entrevistas com os usuários da Caixa Econômica Federal, este banco foi bastante citado nas entrevistas como o segundo banco dos consumidores, com uma avaliação de melhor qualidade se comparada ao Banco do Brasil e Bradesco.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, A. L. **Administração de informática e seus fatores críticos de sucesso** : um estudo no setor bancário privado nacional. São Paulo, 1993.
- BALDWIN, C. Y. **What is the future of banking?** Harvard Business Review, v. 68, n. 4, p. 144-161, July/Aug. 1991.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inclusão Financeira**. Brasília, 2011.
- CONTANDRIOPOULOS, A. P. ET al. **Saber preparar uma pesquisa – definição estrutura financiamento**. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec, 1997.
- CRANE, D. B.; BODIE, Z. Form follows function : the transformation of banking. **Harvard Business Review**, v. 74, n. 2, p. 109-117, Mar./Apr. 1996.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial. Como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- FALCÃO, R. M. **Comportamento do Consumidor diante da Automação Bancária: um estudo entre universitários**. Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado. COPPEAD /UFRJ, 1993.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS BANCOS. **O setor bancário em números**. Brasília, 2010.
- FOINA, Paulo Rogério. **Tecnologia de Informação: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GOODE, M., MOUTINHO, L. The effects of free banking on overall satisfaction: the use of automated teller machines. *International Journal of Bank Marketing*, v. 13 n. 4, p. 33-40, 1995.
- GRUNOW, E. **Passe o cartão e digite sua senha...** Arcoweb: 2002. Disponível em:<<http://www.arcoweb.com.br/design/terminais-de-auto-atendimento-bancario-passe-o-09-05-2002.html> >. Acesso em: 05 ago. 2013.
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de Informação Gerenciais: Administrando a Empresa Digital**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- LEMA, M. C. **Internet Banking no Brasil: levantamento do cenário atual e análise das estratégias adoradas pelos bancos de varejo**. Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado. COPPEAD/UFRJ, 1999.
- PIMENTEL, João Paulo. **Caixa eletrônico faz 40 anos**. Gazeta do Povo: 2007. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo.phtml?id=672492&tit=Caixa-eletronico-faz-40-anos>>. Acesso em: 05 ago. 2013.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Nicéas Alencar. **A tecnologia da informação e o cliente bancário como recurso humano: um estudo de caso dos usuários dos caixas eletrônicos nos postos bancários da UFRRJ.** Seropédica/RJ. Dissertação de pós graduação. UFRRJ, 2004.

SOARES, C. M. **O alinhamento estratégico e a utilização da Internet nos bancos operando no Brasil.** Rio de Janeiro: Tese defendida na COPEAD-UFRRJ, 2001.

TURBAN,E.,MCLEAN,E.,WETHERBE,J. **Tecnologia da informação para gestão. Transformado os negócios da economia digital.** 3ª Edição. Porto Alegre/RS. Editora Bookman, 2004.

VIVIANI, Ana Karina. **Qualidade no atendimento: Os meios de auto-atendimento fazem parte do atendimento de excelência?** Rio Grande do Sul. Dissertação de especialização. UFRGS, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso planejamento e métodos.** 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## ANEXO

### QUESTIONÁRIO

Questionário de pesquisa científica que tem a finalidade de **AVALIAR O COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS NA UTILIZAÇÃO DOS CAIXAS ELETRÔNICOS NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB**. Não é necessário identificar-se, e as respostas dadas a este questionário darão subsidio o trabalho de conclusão de curso (TCC) de Allan Ribeiro Barbosa, concluinte do curso de Administração na UEPB no período 2013.1.

**Banco Pesquisado:** \_\_\_\_\_

#### 1- Sexo

Masculino     Feminino

#### 2- Faixa etária

Menor que 25 anos     Entre 25 e 35 anos     Entre 36 e 45 anos  
 Entre 46 e 55 anos     Maior que 56 anos

#### 3- Grau de instrução

Analfabeto     Ensino Fundamental incompleto     Ensino Fundamental completo  
 Ensino Médio incompleto     Ensino Médio completo     Superior incompleto  
 Superior completo

#### 4- Qual a forma de atendimento bancário que você mais utiliza?

Presencial     Caixas eletrônicos     Internet     Celulares e Smartphones  
 Centrais de atendimento por telefone

#### 5- Qual a sua frequência de utilização dos caixas eletrônicos?

Diária     Pelo menos uma vez por semana     pelo menos uma vez por mês  
 Raramente

**6- Quais serviços você utiliza nos caixas eletrônicos? (múltipla escolha)**

- Saques    Depósitos    Pagamentos    Extratos    Transferências  
 Recarga de celular

**7- Você se sente seguro ao utilizar os caixas eletrônicos deste banco?**

- Sim    Não    As vezes

**8- Qual o grau de dificuldade ao utilizar os caixas eletrônicos de modo geral?**

- Muito fácil    Fácil    Difícil    Muito difícil

**9- Quais os problemas que lhe impedem de atingir plenamente a satisfação no uso do Caixa Eletrônico?**

- Cédulas retidas    Falta de funcionário para auxílio    Falta de higiene  
 Falta de suprimentos para o atendimento    Complexidade nos sistemas  
 Quantidade insuficiente de máquinas na cidade    Nenhum. Estou plenamente satisfeito

**10- O que lhe motiva a utilizar o caixa eletrônico?**

- Segurança    Praticidade    Privacidade    Imposição do banco  
 Horários alternativos

**11- De 0 a 10, qual a nota que você dá a este banco quanto a qualidade na prestação de serviços através dos caixas eletrônicos?**

\_\_\_\_\_

**12- Você utiliza caixas eletrônicos de outros bancos?**

- Sim    Não   - Qual? \_\_\_\_\_

**13- Caso afirmativo, como você compara a qualidade deste segundo banco com o primeiro?**

- A qualidade do segundo é melhor    Ambos possuem a mesma qualidade  
 A qualidade do primeiro é superior    Ambos possuem péssima qualidade