

**UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

SIMONE VIANNA

**ESTUDO EXPLORATÓRIO DA SATISFAÇÃO, DA LEALDADE E DOS CUSTOS
DE MUDANÇA NO CONTEXTO DE CLIENTES BANCÁRIOS DE BAIXA RENDA**

PIRACICABA

2008

SIMONE VIANNA

**ESTUDO EXPLORATÓRIO DA SATISFAÇÃO, DA LEALDADE E DOS CUSTOS
DE MUDANÇA NO CONTEXTO DE CLIENTES BANCÁRIOS DE BAIXA RENDA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:
Marketing e Estratégia

Orientador: Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio

PIRACICABA

2008

VIANNA, Simone.

Estudo exploratório da satisfação, da lealdade e dos custos de mudança no contexto de clientes bancários de baixa renda.

Simone Vianna – 2008.

135 f.

Orientador: Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio

Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Metodista de Piracicaba

1. Satisfação. 2. Lealdade. 3. Custos de Mudança. 4. Consumidores bancários de baixa renda. I. Ponchio, Mateus Canniatti. II. Universidade Metodista de Piracicaba. III. Título.

SIMONE VIANNA

**ESTUDO EXPLORATÓRIO DA SATISFAÇÃO, DA LEALDADE E DOS CUSTOS
DE MUDANÇA NO CONTEXTO DE CLIENTES BANCÁRIOS DE BAIXA RENDA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:

Marketing e Estratégia

Data de aprovação:

____/____/____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio (orientador)

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr. Antonio Carlos Giuliani

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr. Felipe Zambaldi

Universidade Metodista de São Paulo

Dedico este trabalho aos dois amores da minha vida, Nicolas e Dario. Agradeço a minha irmã, Pâmela, pela dedicação e apoio; e a minha mãe, Ivone, pela vida.

AGRADECIMENTOS

Uma árdua caminhada que parecia não ter fim e ao vislumbrar a possibilidade do término, a todo o momento, iniciar pareceu o correto. As idas e vindas pela literatura, tangeram um exaustivo e intenso processo único em minha vida. As experiências até aqui vivenciadas, não podem transpor as páginas. Ficarão impressas por toda uma vida.

Agradeço primeiramente pela oportunidade de conhecer este mundo, através do coordenador Prof. Dr. Antonio Carlos Giuliani e toda a sua equipe.

Gostaria de dedicar um agradecimento a todos os professores com os quais foi possível trabalhar e trocar experiências durante o curso, em especial ao Prof. Dr. Arsênio Firmino de Novaes Netto, sempre tão presente.

À banca, Prof. Dr. Felipe Zambaldi, Prof. Dr. Antonio Carlos Giuliani que aceitaram o convite, contribuindo imensamente para esta dissertação.

Um agradecimento todo especial por todo apoio, incentivo, paciência, crédito e disponibilidade do meu orientador, Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio, que a todo momento esteve ali, ao meu lado, orientando do início ao fim.

Aos que me acompanharam neste mundo do conhecimento, quero agradecer pelo apoio e esforço em diversos momentos, dos meus companheiros e amigos Andréia Almeida (Deinha), Rodrigo dos Santos Bezerra, Joana Fustaino, Marcos Ribeiro, Shirley dos Santos, Erica e Gabriel Hornink, Danielle Sarti, Denise Chiavegato, Sonia Ribeiro e tantos outros que tive a oportunidade de conhecer e partilhar os anseios deste curso.

A você minha querida irmã, Pâmela Vianna, que sempre, não houve um só momento que não a vi ali, torcendo e trabalhando muitas vezes em meu lugar, para que eu pudesse buscar este conhecimento. E a minha irmã do coração Vanessa dos Santos Monteiro, muito obrigada.

Agradeço o apoio direto e indiretamente de toda a minha família, comunidade Santa Mônica, aos entrevistados que permitiram acontecer todo este trabalho.

Ao Nicolas, alegria de todos os segundos da minha vida. Quando você crescer, vai entender porque a mamãe estudava tanto, principalmente quando você queria brincar. Desculpe-me por todos os momentos que lhe foram roubados, mas em todos, você era a minha maior inspiração.

A toda minha família que direta ou indiretamente contribuíram para este momento.

A minha mãe Ivone, por tudo, não há nem como relacionar, ao Antonio Carlos, pela presença paterna.

Ao Dario, pelo amor e companhia dedicados durante a realização deste curso. Não existem palavras que consigam descrever a sua importância em minha vida.

À Deus, que confiou e permitiu a minha vida.

RESUMO

Esta pesquisa buscou investigar e caracterizar de forma exploratória os consumidores bancários de baixa renda do município de Piracicaba, Campinas e Rio Claro (SP). Com a evolução do poder aquisitivo da população brasileira na última década, em especial do segmento de baixa renda, o estudo retrata o momento econômico que o país atravessa e a disponibilidade de créditos nos cenários bancário e financeiro. O objetivo geral é explorar como as variáveis: satisfação, lealdade, vulnerabilidade e custos de mudança afetam o comportamento do consumidor bancário de baixa renda; foi realizada análise empírica acerca do comportamento destes clientes quanto às percepções a respeito dos serviços prestados pelas instituições financeiras e bancárias das quais são clientes ou tiveram algum relacionamento. A metodologia de caráter exploratório, com análise qualitativa, teve o auxílio do software Atlas ti. As entrevistas foram transcritas e codificadas, tendo sido criadas as categorias e subcategorias de análise respeitando-se as variáveis previamente definidas no estudo. Entre os principais resultados, destaca-se quanto ao atendimento, que é um fator importante para a satisfação, lealdade e conseqüentemente a retenção do indivíduo de baixa renda. Recomenda-se, para futuros estudos, o refinamento das variáveis aqui destacadas, em especial a variável satisfação, que é um sentimento necessário para a construção do relacionamento com o cliente; assim como investigar as relações mais complexas entre as variáveis e ou testar um modelo de satisfação ou lealdade anteriormente já pesquisados em outros estudos, como se pode encontrar na literatura.

Palavras-Chave: satisfação; lealdade; custos de mudança; vulnerabilidade; consumidores bancários de baixa renda.

ABSTRACT

This research seeks investigate and characterize in an explanatory form low-income bank customers, in the city of Piracicaba (SP). With the improvements of Brazilians income level, especially within the social class that is considered to be low-income, during the last decade, this research illustrates this economic moment that the country is going through, and also the possibilities of obtaining credit in a bank and a financial setting. The general objective is to explore how the variables: satisfaction, loyalty, vulnerability and moving expenses affects the behavior of the low-income bank customer; empirical analyses will be done to analyze the behavior of these customers related to the perception of them to the services offered in the bank and financial institutions in which they were direct customers or had some type of relationship. Considering that the data collection process is still in progress, it was opted to present the elaborated questionnaire which is being applied. The interviews were transcribed and encoded, when the categories and subcategories of analysis created when the variables previously defined in the study are respected. Between the principal results, it stands out as for the service, which is an important factor for the satisfaction, loyalty and consequently the retention of the individual of decrease income. The refinement of the variables is recommended, for future studies, here outstanding, in special the variable satisfaction, which is a necessary feeling for the construction of the relationship with the client; as well as to investigate the most complex relations between the variables and or to test a model of satisfaction or loyalty previously already investigated in other studies, as can be in the literature.

Keywords: satisfaction; loyalty; moving costs; vulnerability; low-income banking customers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Índice de Satisfação do Cliente Norte-Americano (ACSI)	27
Figura 2. Modelo Teórico de Lealdade: A lealdade consiste em atitude e também em comportamento	31
Figura 3. Seis Representações de Satisfação e Lealdade	35
Figura 4. Mapa da cidade de Piracicaba, conforme suas regiões	57
Figura 6. Esquema Teórico Percebido do Comportamento do Consumidor. Atlas ti.	75
Figura 7. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Comportamento do Consumidor.	76
Figura 8. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Satisfação.	78
Figura 9. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Insatisfação.	82
Figura 10. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Lealdade.	86
Figura 11. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Custo de mudanças.	87
Figura 12. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Vulnerabilidade.	90
Figura 13. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Baixa Renda.....	91
Figura 14. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Crédito.....	93
Figura 15. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Financiamento.....	94
Figura 16. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Endividamento.	96
Figura 17. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Variação de Renda.	98
Figura 18. Esquema teórico: <i>Network view manager</i> : Empréstimo (EN).....	100

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Fases no Desenvolvimento da Lealdade do Cliente e Características Associadas.....	32
Quadro 2. Categorização dos serviços financeiros	54
Quadro 3. Principais Elementos do ATLAS ti.....	65
Quadro 4. Símbolos Representantes dos Relacionamentos entre os Códigos no ATLAS ti.....	65
Quadro 5. Descrição da Amostra	71
Quadro 6. Legenda Esquema Teórico	73

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Canais de Atendimento 2006.....	51
Gráfico 2. Taxa Selic Dezembro 2004 a Dezembro 2006	52
Gráfico 3. Crédito X PIB – Dezembro de 2005 a Dezembro de 2006	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Bancos por origem de capital 2001-2006	43
Tabela 2. Rede de Atendimento Bancário 2001-2006.....	50
Tabela 3. Volume de crédito por categoria – Dezembro de 2005 a Dezembro 2006	53
Tabela 4. Volume das Operações de Crédito do Sistema Financeiro	55
Tabela 5. Volume das Operações de Crédito – Pessoa Física	56
Tabela 6. Dados Informativos das Entrevistas	63
Tabela 7. Estatísticas Seleccionadas da Amostra	69
Tabela 8. Pesquisa sobre Inadimplência no Brasil.....	38

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BC – Banco Central

CNPS – Conselho Nacional da Previdência Social

FEBRABAN – Federação Brasileira dos Bancos

FELABAN – Federação Latino-Americana de Bancos

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IGP – Índice Geral dos Preços

IGPM – Índice Geral dos Preços do Mercado

IMFs – Instituições de Microfinanças

INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor

IPA – Índice de Preços no Atacado

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Ampliado

MFI – Microfinanceira

PAB – Posto de Atendimento Bancário

PIB – Produto Interno Bruto

SCR – Sistema de Informações de Crédito

OEC – Observatório do Endividamento dos Consumidores

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
1.1	Delimitação de Tema e Problema de Pesquisa.....	20
1.2	Objetivos.....	20
1.2.1	Objetivo geral	20
1.2.2	Objetivos específicos.....	20
1.3	Justificativa e Relevância do Estudo	21
1.4	Procedimentos Metodológicos.....	22
1.5	Estrutura do Trabalho	23
2	SATISFAÇÃO, LEALDADE, VULNERABILIDADE E CUSTOS DE MUDANÇAS.....	24
2.1	Satisfação.....	24
2.1.1	Modelos de satisfação	26
2.2	Lealdade.....	29
2.2.1	Modelos teóricos de lealdade	30
2.2.2	Fases da lealdade	33
2.2.3	Satisfação e Lealdade	35
2.3	Vulnerabilidade do Consumidor.....	36
2.3.1	Endividamento	38
2.4	Custos de Mudança.....	40
2.4.1	Retenção de Clientes	41
2.4.2	Crédito para a População de Baixa Renda.....	44
3	O MERCADO DE SERVIÇOS BANCÁRIOS E O SEGMENTO DE BAIXA RENDA.....	45
3.1	Acesso do Consumidor de Baixa Renda a Serviços Bancários.....	45
3.2	Setor Bancário	49
3.2.1	Cenário Econômico	51
3.3	Caracterização do Mercado de Crédito do Município de Piracicaba	56
4	METODOLOGIA.....	59
4.1	Tipo de Pesquisa.....	59
4.2	Amostragem	60
4.3	Coleta de Dados	60
4.4	Tratamento dos Dados	64
4.5	Limitações do Método.....	66