

ALEXANDRE HENRIQUE SILVA DE LIMA

A NATUREZA DAS EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR E O IMPACTO NO
GERENCIAMENTO DO MARKETING DE SERVIÇOS BANCÁRIOS

Resumo

O presente estudo pretende contribuir para a melhoria do gerenciamento do marketing de serviços bancários. Para atingir tal objetivo, procurou-se compreender o direcionamento gerencial das empresas a fim de alcançar a satisfação dos clientes. A partir desse ponto de referência, buscou-se quantificar as expectativas dos clientes, bem como, a percepção da gerência acerca dessas expectativas. A pesquisa é de tipo exploratória, tendo em vista que examina o gerenciamento do marketing de serviços bancários. O método empregado foi de pesquisa bibliográfica e de campo, através da aplicação de questionários para gerentes e clientes. As conclusões do estudo apontam para a identificação de atributos que servem de pano de fundo no julgamento que os clientes fazem em relação à qualidade dos serviços bancários. Foram identificados cinco atributos que se mostraram relevantes na formação das expectativas dos clientes. Esses atributos são consistentes com pesquisas anteriores e são discutidos extensivamente no referencial teórico, aplicando-se não apenas aos serviços bancários, mas também em outros tipos de serviços. Por fim, após a aplicação do método estatístico para testar a hipótese indagada no presente estudo, observou-se a existência de discrepâncias significativas nos dois bancos pesquisados em relação às expectativas dos clientes e a percepção dos gerentes acerca daquelas expectativas.