



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE NEGÓCIOS E EMPREENDEDORISMO DE CHIBUTO

(ESNEC)

Graduação em Gestão e Liderança (G&L)

3º Ano/1º Semestre

CADEIRA: Gestão de Qualidade

TEMA:

Avaliação da qualidade dos serviços fornecidos pelas agências bancárias das instituições BCI e Millenium-Bim em Chibuto

Autor:

Daniel Ananias Mazivila

Docente:

Eng. Osvaldo Nhassengo

Maio de 2015

Índice.....	pág's
1. Introdução.....	2
1.1. Objectivos	2
1.1.1. Objectivo geral	2
1.1.2. Objectivos específicos.....	2
1.2. Justificativa	3
2. Metodologia.....	4
3. Revisão bibliográfica.....	5
3.1. Qualidade	5
3.2. Modelo de Avaliação da Qualidade de Serviços (Modelo de GAP's).....	6
3.2.1. Modelo conceitual de qualidade de serviço ou modelo de GAP.....	7
4. Unidade de análise.....	8
4.1. Unidades de observação.....	9
5. Resultados obtidos e a respectiva comparação.....	10
5.1. Apresentação dos resultados referentes ao BCI e a respectiva comparação interna	10
5.2. Apresentação dos resultados referentes ao Millennium-BIM e a respectiva comparação interna	16
5.3. Análise comparativa das duas empresas	21
6. Conclusões.....	27
7. Referências Bibliográficas.....	28
Apêndice.....	29

1. Introdução

As empresas criam cada vez mais meios mais eficazes na prestação de serviços com vista a atrair os potenciais clientes e tornar fiéis os reais, procurando assim, manter o seu protagonismo no mercado.

No entanto, o conceito de qualidade é um pilar para o crescimento e desenvolvimento de uma empresa, pois, é a partir da qualidade, que a empresa consegue ser cada vez mais competitiva no mercado.

No acto do seu funcionamento, a empresa, estremece a confiança dos seus clientes e abala suas chances de obter reputação e excelência de serviços, quando presta serviços de modo descuidado, comete erros possíveis de serem evitados, e quando deixa de cumprir promessas feitas aos clientes.

Um estudo sobre a qualidade de serviços prestados por duas empresas prestadoras de serviços bancários, Millennium-bim e BCI, foi feito no sentido de identificar os pontos pelos quais os clientes se sentem satisfeitos pela qualidade em cada uma das empresas em destaque neste trabalho.

O presente trabalho visa apresentar os resultados obtidos através do estudo feito, tendo tido como base de avaliação da qualidade, as cinco dimensões propostas pelo modelo SERVQUAL.

1.1. Objectivos

1.1.1. Objectivo geral

- ✓ Avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pelas empresas do sector bancário (Millennium-bim e BCI) em Chibuto.

1.1.2. Objectivos específicos

- ✓ Conceituar a Qualidade de Serviços;
- ✓ Aplicar o modelo SERVQUAL ao sector bancário em Chibuto;
- ✓ Avaliar a qualidade percebida dos serviços pelos clientes nas dimensões de qualidade propostas no modelo teórico e sua importância relativa para o sector bancário em Chibuto.

1.2. Justificativa

A ideia da realização do estudo sobre a qualidade de serviços prestados pelas empresas bancárias em Chibuto (Millennium-bim e BCI) surge no âmbito de ter-se verificado uma necessidade de distinguir a qualidade de serviços que as duas agências bancárias prestam, onde propõe-se a comparação das duas baseando-se nas variáveis Percepção versus Expectativas do cliente no que diz respeito a sua satisfação. Neste caso o estudo tem como objectivo avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pelas duas agências acima já referidas.

2. Metodologia

Para a realização do trabalho, fez-se uma pesquisa qualitativa, que consiste na interpretação dos fenómenos e atribuição de significados. Fez-se também uma pesquisa quantitativa pelo facto de se considerar que tudo pode ser quantificável, tendo se recorrido ao uso de recursos e técnicas estatísticas (percentagem e amostra). Para a realização do trabalho recorreu-se também a pesquisa bibliográfica que consistiu na consulta de material já elaborado que versa sobre a qualidade percebida no atendimento, constituído principalmente de livros.

Foi feita a colecta de dados de um questionário composto simplesmente de questões fechadas dirigido aos usuários das duas agências em Chibuto, com vista a se trazer a sua realidade em relação a percepção da qualidade dos serviços prestados pelas duas empresas.

3. Revisão bibliográfica

3.1. Qualidade

- ✓ Qualidade é a conformidade do produto as suas especificações (CROSBY, 1979).
- ✓ Qualidade consiste em capacidade de satisfazer os desejos (Las Casas, 1999).
- ✓ Qualidade é o grau de excelência a um preço aceitável e o controlo da variabilidade a um custo aceitável (Crosby, 1992)
- ❖ Qualidade é a conformidade à especificação de comportamento, desde que esta especificação esteja de acordo com as necessidades, ou seja, a condição de aptidão para a finalidade a que um dado material se destina (adequação ao uso), é denominada qualidade.

No entanto, importa afirmar que a qualidade também pode ser considerada como, sendo a maneira como é desejado que um objecto ou um acontecimento seja, de forma que satisfaça as mais profundas expectativas, gerando uma espontânea e imediata aprovação.

Pode ainda afirmar-se que a qualidade é um conjunto de propriedades e características de um produto, processo ou serviço, que lhe fornecem a capacidade de satisfazer as necessidades explícitas ou implícitas.

David Garvin citado por Slack, Chambers, Johnston (2009), advoga que a qualidade pode ser definida em 5 abordagens:

✓ **Abordagem transcendental**

Segundo esta abordagem, a beleza, a atractividade e a excelência inata são elementos que determinam a qualidade de um produto ou serviço, ora, um produto tem qualidade quando é bonito, atractivo e excelente.

A abordagem transcendental da qualidade tem suas lacunas, pelo que a beleza, a atractividade e a excelência são variáveis imensuráveis.

✓ **Abordagem baseada em manufactura**

É uma abordagem que diz que a qualidade tem a ver com a conformidade às especificações, ou seja, o produto ou serviço só tem qualidade quando está livre de erros ou quando corresponde precisamente a suas especificações de projecto.

✓ **Abordagem baseada no usuário**

É o reflexo das preferências do consumidor, isto é, se o consumidor estiver satisfeito então o produto/serviço tem qualidade. Este conceito não só centra-se na conformidade às especificações mas também com suas especificações adequadas ao consumidor.

✓ **Abordagem baseada em produto**

Baseia-se no produto, isto é, vê a qualidade como uma variável precisa e mensurável e também na diversidade de algumas características adicionais que agregam valor ao produto.

✓ **Abordagem baseada em valor**

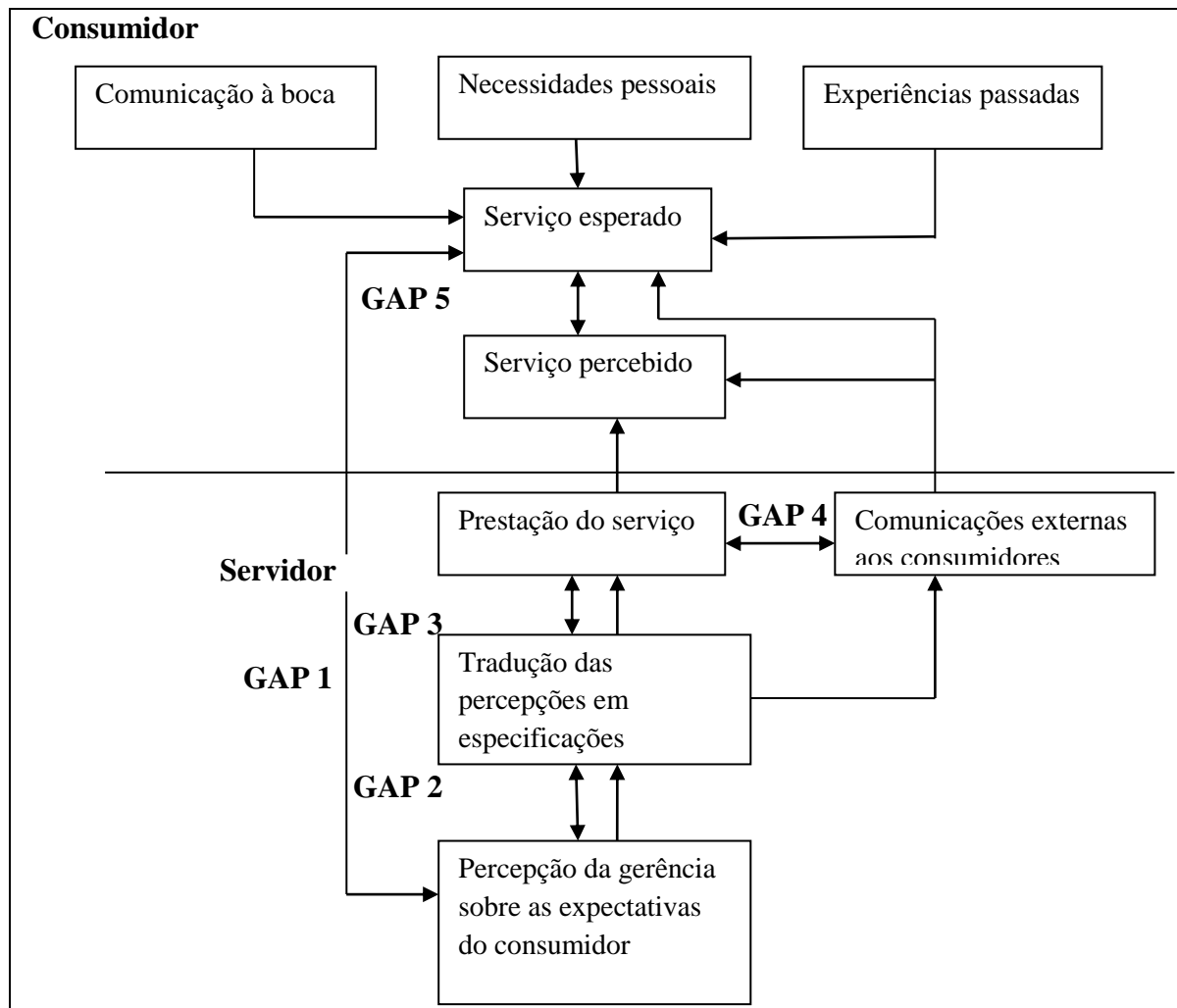
Define a qualidade em termos de custo e preço, ou seja, o desempenho ou conformidade a um preço aceitável constitui a qualidade. Neste âmbito assume-se que o consumidor pode aceitar algo de menor especificação de qualidade, se o preço for menor.

3.2. Modelo de Avaliação da Qualidade de Serviços (Modelo de GAP's)

É um baseado na Escala SERVQUAL proposta por Parasuraman *et al* (1985) que é um instrumento de avaliação da qualidade de serviços a partir de uma comparação entre as expectativas e percepções dos clientes tendo como base as dimensões Tangibilidade, Conformidade, Atendimento, Segurança e Empatia.

O modelo de GAP's, para além de ser um instrumento sistematizado em várias dimensões de avaliação da qualidade consoante o tipo de serviço em análise, é também uma escala que permite a comparação entre duas ou mais empresas de serviços, em relação ao sector e o desenvolvimento de estratégias de melhoria e identificação de partes dos serviços que não estão a ser executados correctamente.

3.2.1. Modelo conceitual de qualidade de serviço ou modelo de GAP



GAP 1 – Representado pela discrepância entre as expectativas do cliente e as percepções da gerência sobre as expectativas desse cliente;

GAP 2 – Representa as discrepâncias entre as percepções que os gerentes têm das expectativas do cliente e as especificações da qualidade do serviço;

GAP 3 - Representa as discrepâncias entre as especificações da qualidade do serviço a prestação do serviço;

GAP 4 - Representa as discrepâncias entre o serviço prestado e as comunicações externas com os consumidores;

GAP 5 - Representa as discrepâncias entre o serviço esperado e o serviço recebido.

As cinco dimensões propostas pela escala SERVQUAL para avaliação da qualidade dos serviços são:

- ✓ Elementos tangíveis (tangibilidade): aparência física das instalações, equipamento, pessoal e materiais de comunicação;
- ✓ Confiabilidade: a capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão, habilidade de realizar o serviço de forma confiável e consistente.
- ✓ Segurança: o conhecimento e a cortesia de empregados, e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade.
- ✓ Empatia: a atenção e os carinhos individualizados proporcionados aos clientes;
- ✓ Capacidade de resposta: Disposição e vontade de ajudar aos clientes e proporcionar o serviço prontamente.

4. Unidade de análise

O estudo foi realizado em duas das três instituições financeiras que operam na cidade de Chibuto, nomeadamente, Millenium-bim e o BCI.

O BCI é uma empresa que começou a operar em Chibuto a 21 Janeiro de 2009, sendo a quinta naquela na província de Gaza e a quinquagésima primeira agência no país, tendo como objectivo servir os agricultores, empresários e as empresas envolvidas na exploração mineira província de Gaza, com 32% de quota de mercado atrás do BIM.

Neste momento a agência conta com 6498 clientes, distribuídos em quase todo o distrito, sendo os principais serviços que o banco fornece os seguintes: contas a ordem associadas ao cartão de débito, financiamentos, poupanças, eBanking e por fim, o mobile ponto 24.

O Millennium-bim tem como significado uma infinitude expressa num espaço de mil anos, simbolizando a capacidade de ir mais além, a vontade de erguer no presente para ganhar no futuro. Millennium é um compromisso com a sociedade, uma promessa de cumplicidade com os projectos de cada um, assumindo ser a cor da liderança, da qualidade, da inovação, da seriedade e da transparência.

A agência distrital de Chibuto conta actualmente com um universo de 11703 clientes, também distribuídos em quase todo o distrito, sendo que a eles a empresa fornece os

seguintes serviços: aplicações a prazo, leasing imobiliário e mobiliário, factoring e outros.

4.1. Unidades de observação

As unidades de observação foram os clientes do Millennium-Bim e do BCI, que foram seleccionados em vários locais da cidade de Chibuto.

Para os efeitos de apuramento dos resultados obtidos, escolheu-se aleatoriamente uma amostra de 59 utentes do Millennium-bim e 58 do BCI em Chibuto, sendo maior parte deles, estudantes da ESNEC e do ISGN que possuem contas bancárias, especificamente do BIM e do BCI, em que a ela (amostra) foi dirigido um questionário de forma a se obter dados relativos a qualidade de serviço percebida pelos clientes em relação aos serviços que ambas (empresas) fornecem.

Para a determinação da amostra usou-se a seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1-p) + e^2 \cdot (N-1)}$$

Onde:

n - amostra calculada

N – população

Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral

$$n = \frac{6498 \times 1.96^2 \times 0.04 \times (1-0.04)}{1.96^2 \times 0.04 \times (1-0.04) + 0.05^2 \times (6498-1)} = 58 \Rightarrow \text{Amostra referente ao BCI.}$$

$$n = \frac{11703 \times 1.96^2 \times 0.04 \times (1-0.04)}{1.96^2 \times 0.04 \times (1-0.04) + 0.05^2 \times (11703-1)} = 59 \Rightarrow \text{Amostra referente ao BIM.}$$

5. Resultados obtidos e a respectiva comparação

Apresentam-se a seguir os resultados obtidos no campo e a respectiva comparação para os efeitos de apuramento da veracidade sobre as empresas em relação as dimensões do modelo SERVQUAL. A comparação em cada dimensão numa mesma empresa faz-se entre as percentagens da não-conformidade (Discordo firmemente + Tendo a discordar + Sem palavra) e as percentagens da conformidade (Tendo a concordar + Concordo firmemente).

Sem palavra: Podia se considerar a este nível neutro, mas para este caso não é neutro, tende a não conformidade visto que divide-se o total da percentagem por dois (2), o que corresponde a 50% para uma parte e 50% para outra parte.

5.1. Apresentação dos resultados referentes ao BCI e a respectiva comparação interna

Apresentam-se a seguir os resultados que foram obtidos após se ter feito o inquérito sobre a qualidade percebida pelos clientes, no processo de prestação de serviços da agência distrital de Chibuto do BCI.

Apresentação dos resultados referentes ao BCI

Tabela 1

Dimensão tangibilidade			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
2	Discordo firmemente (0%)	13	23%
0	Tendo a discordar (25%)	0	0%
2	Sem palavra (50%)	13	22%
2	Tendo a concordar (75%)	13	22%
3	Concordo firmemente (100%)	19	33%

Fonte própria

Não-conformidade = 23% + 22% = **45%**

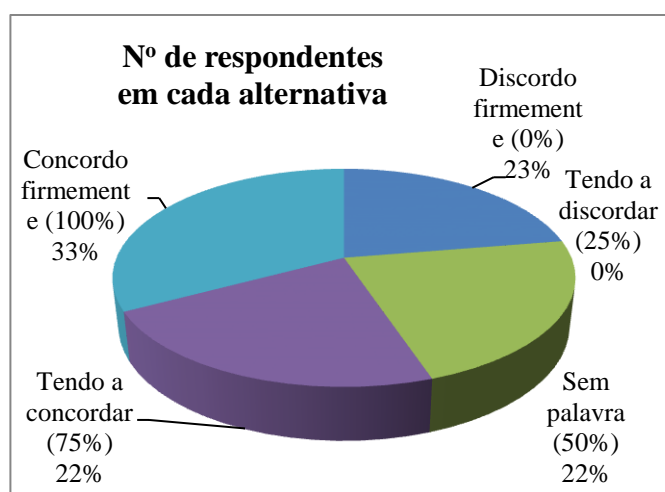
Conformidade = 22% + 33% = **55%**

Comparando:

Conformidade > Não-conformidade

Interpretação: O BCI tem qualidade na dimensão tangibilidade

Gráfico 1



Fonte própria

Tabela 2

Dimensão confiabilidade			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
2	Discordo firmemente (0%)	19	33%
0	Tendo a discordar (25%)	0	0%
1	Sem palavra (50%)	10	17%
1	Tendo a concordar (75%)	10	17%
2	Concordo firmemente (100%)	19	33%

Fonte própria

Não-conformidade = 33% + 17% = **50%**

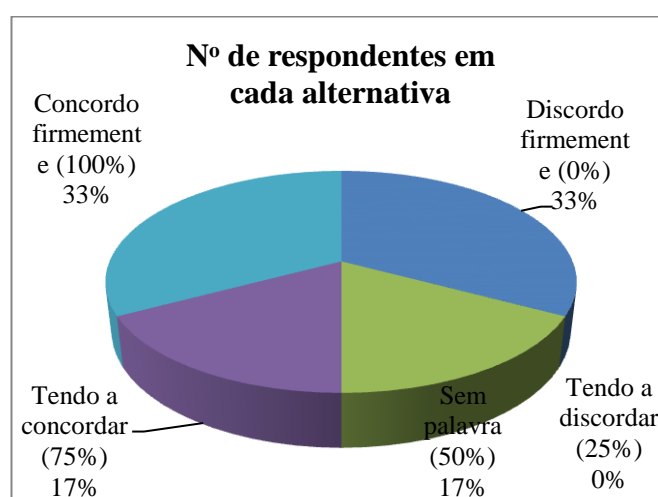
Conformidade = 17% + 33% = **50%**

Comparando:

Conformidade = Não-conformidade

Interpretação: A qualidade é aceitável na dimensão confiabilidade, visto que a conformidade é igual a não-conformidade na lógica dos clientes.

Gráfico 2



Fonte própria

Tabela 3

Dimensão atendimento			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
3	Discordo firmemente (0%)	43	74%
0	Tendo a discordar (25%)	0	0%
1	Sem palavra (50%)	15	26%
0	Tendo a concordar (75%)	0	0%
0	Concordo firmemente (100%)	0	0%

Fonte própria

Não-conformidade = 74% + 26% = **100%**

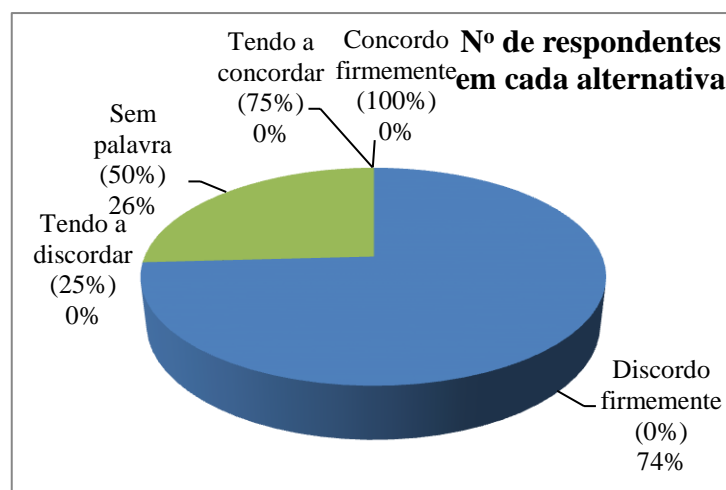
Conformidade = **0%**

Comparando:

Conformidade < Não-conformidade

Interpretação: O BCI não tem qualidade na dimensão atendimento, visto que a conformidade está abaixo da não-conformidade.

Gráfico 3



Fonte própria

Tabela 4

Dimensão segurança			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
2	Discordo firmemente (0%)	17	29%
0	Tendo a discordar (25%)	0	0%
3	Sem palavra (50%)	25	43%
1	Tendo a concordar (75%)	8	14%
1	Concordo firmemente (100%)	8	14%

Fonte própria

Não-conformidade = 29% + 43% = **72%**

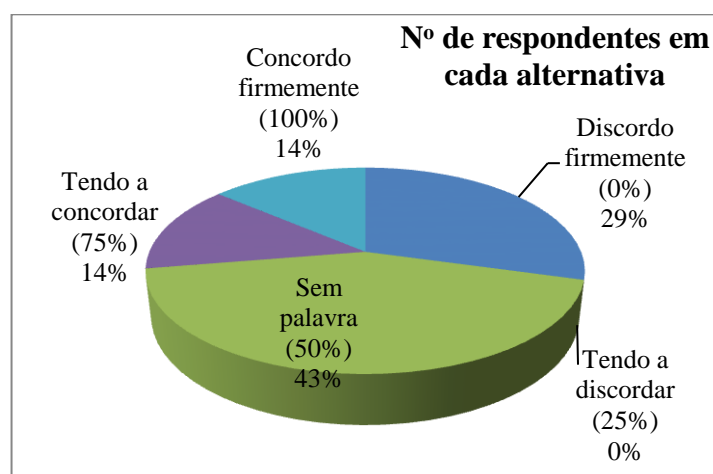
Conformidade = 14% + 14% = **28%**

Comparando:

Conformidade < Não-conformidade

Interpretação: O BCI não tem qualidade na dimensão segurança pelo que a não-conformidade está acima da conformidade.

Gráfico 4



Fonte própria

Tabela 5

Dimensão empatia			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
0	Discordo firmemente (0%)	1	2%
1	Tendo a discordar (25%)	14	24%
2	Sem palavra (50%)	29	50%
1	Tendo a concordar (75%)	14	24%
0	Concordo firmemente (100%)	0	0%

Fonte própria

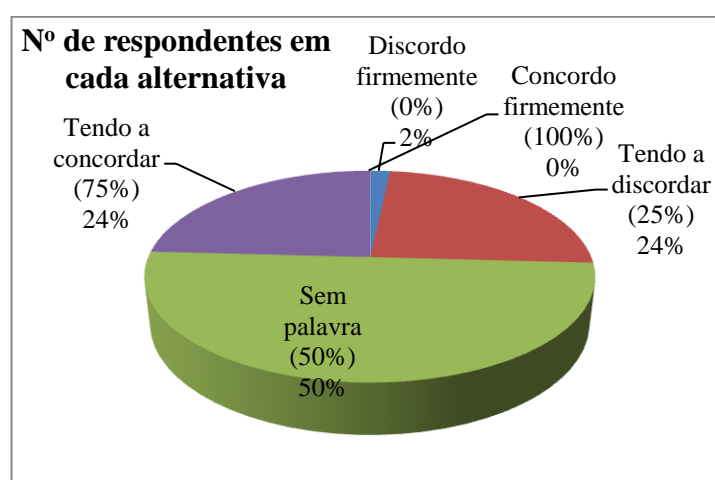
Não conformidade = 2% + 24% + 50% = **76%**

Conformidade = **24%**

Comparando:

Conformidade < Não-conformidade

Interpretação: O BCI não tem qualidade na dimensão empatia, visto que segundo as percepções dos clientes os serviços tem menor conformidade.

Gráfico 5

Fonte própria

5.2. Apresentação dos resultados referentes ao Millennium-BIM e a respectiva comparação interna

Tabela 6

Dimensão tangibilidade			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
1	Discordo firmemente (0%)	7	12%
1	Tendo a discordar (25%)	6	10%
0	Sem palavra (50%)	0	0%
2	Tendo a concordar (75%)	13	22%
5	Concordo firmemente (100%)	33	56%

Fonte própria

Não conformidade = 12% + 10% = **22%**

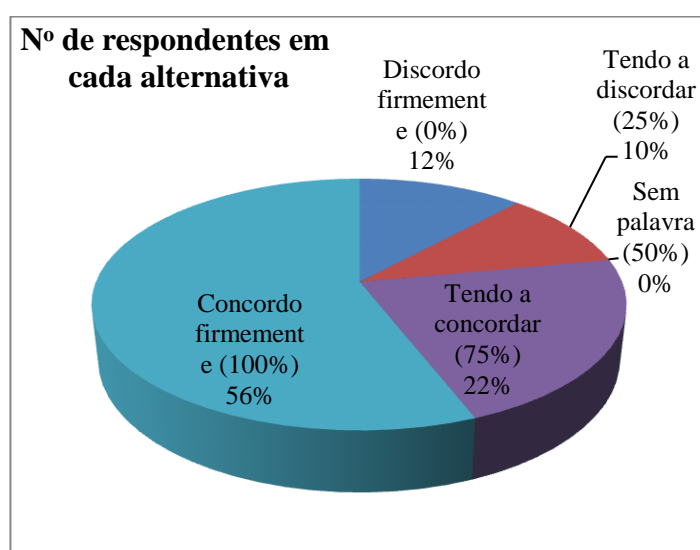
Conformidade = 22% + 56% = **78%**

Comparando:

Conformidade > Não-conformidade

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão tangibilidade, pelo que a conformidade supera a não-conformidade.

Gráfico 6



Fonte própria

Tabela 7

Dimensão confiabilidade			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
0	Discordo firmemente (0%)	0	0%
2	Tendo a discordar (25%)	20	34%
0	Sem palavra (50%)	0	0%
3	Tendo a concordar (75%)	29	49%
1	Concordo firmemente (100%)	10	17%

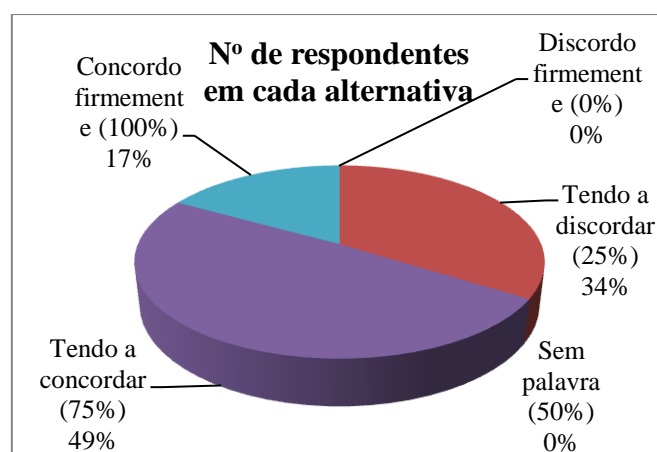
Fonte própria

Não-conformidade = **34%**Conformidade = 49% + 17% = **66%****Comparando:**

Conformidade > Não conformidade

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão confiabilidade, pelo que a conformidade supera a não-conformidade.

Gráfico 7



Fonte própria

Tabela 8

Dimensão atendimento			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
0	Discordo firmemente (0%)	0	0%
2	Tendo a discordar (25%)	30	51%
1	Sem palavra (50%)	15	25%
1	Tendo a concordar (75%)	14	24%
0	Concordo firmemente (100%)	0	0%

Fonte própria

Não conformidade = 51% + 25% = **76%**

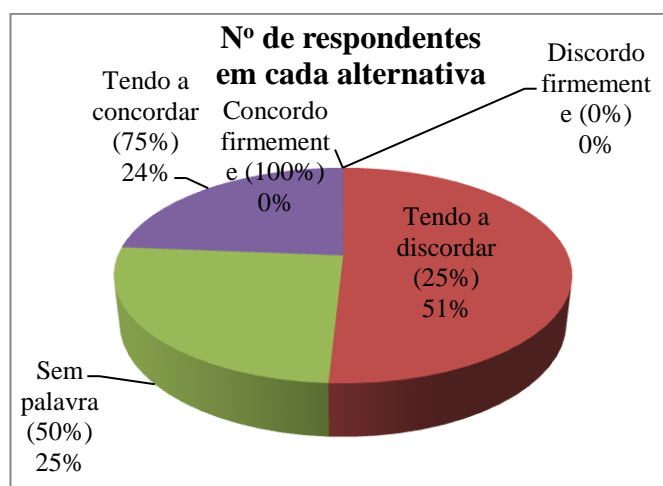
Conformidade = **26%**

Comparando:

Conformidade < Não-conformidade

Interpretação: O BIM não tem qualidade na dimensão atendimento, pelo que a conformidade está abaixo da não-conformidade.

Gráfico 8



Fonte própria

Tabela 9

Dimensão segurança			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
1	Discordo firmemente (0%)	8	14%
0	Tendo a discordar (25%)	0	0%
3	Sem palavra (50%)	25	42%
2	Tendo a concordar (75%)	17	29%
1	Concordo firmemente (100%)	9	15%

Fonte própria

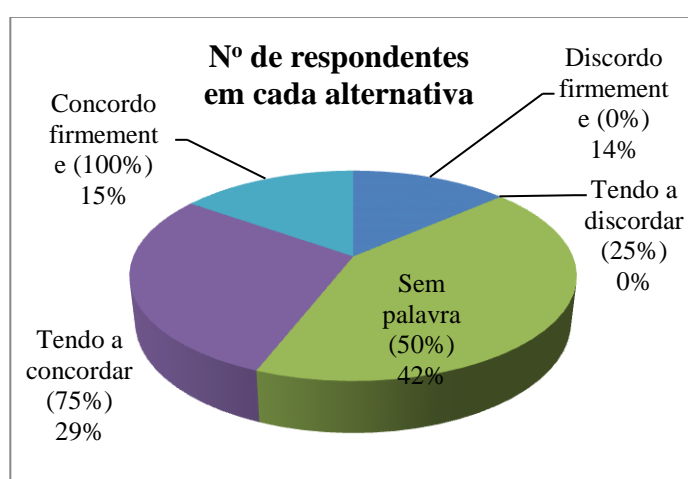
Não conformidade = 14% + 42% = **56%**

Conformidade = 29% + 15% = **44%**

Comparando:

Conformidade < Não-conformidade

Interpretação: O BIM não tem qualidade na dimensão segurança, pelo que a conformidade está abaixo da não-conformidade.

Gráfico 9

Fonte própria

Tabela 10

Dimensão empatia			
Nº de Questões respondidas	Alternativas associadas às suas percentagens	Nº de respondentes em cada alternativa	Percentagem de respondentes
1	Discordo firmemente (0%)	15	25%
1	Tendo a discordar (25%)	14	24%
0	Sem palavra (50%)	0	0%
2	Tendo a concordar (75%)	30	51%
0	Concordo firmemente (100%)	0	0%

Fonte própria

Não conformidade = 25% + 24% = **49%**

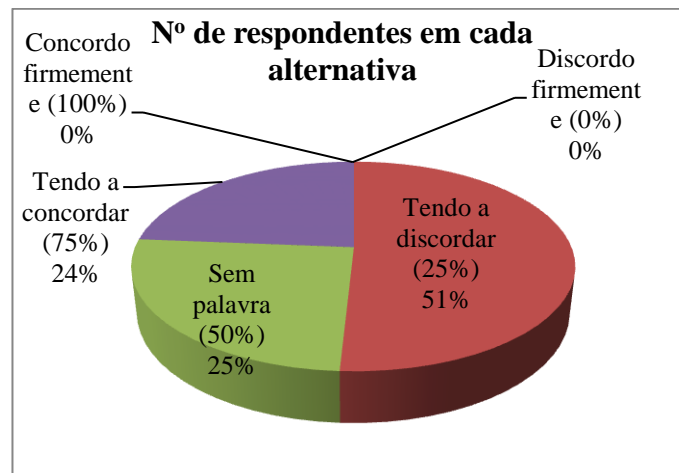
Conformidade = **51%**

Comparando:

Conformidade > Não-conformidade

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão empatia, pelo que a conformidade supera a não-conformidade.

Gráfico 10



Fonte própria

5.3. Análise comparativa das duas empresas

É uma análise que consiste na comparação dos resultados obtidos em relação às duas empresas sobre as quais se fez a investigação e depois apurar-se a veracidade dos factos com vista a generalizá-los.

A seguir estão dispostas algumas tabelas formadas por três variáveis (alternativas associadas às percentagens, percentagens dos respondentes do BCI e as percentagens dos respondentes do BIM), com base nas quais faz-se uma comparação.

Para uma análise comparativa neste trabalho, usam-se as equações abaixo descritas:

Discordo firmemente + Tendo a discordar + Sem palavra = Não conformidade

Tendo a concordar + Concordo firmemente = Conformidade

Sem palavra: Podia se considerar a este nível neutro, mas para este caso não é neutro, tende a não conformidade visto que divide-se o total da percentagem por dois (2), o que corresponde a 50% para uma parte e 50% para outra parte.

O apuramento da veracidade sobre a melhor empresa pode ser feito através das percentagens de conformidade do BIM comparadas às percentagens de conformidade do BCI (Tendo a concordar **(BIM)** + Concordo firmemente **(BIM)** *versus* Tendo a concordar **(BCI)** + Concordo firmemente **(BCI)**) ou ainda comparando as percentagens da não conformidade do BIM com as da não conformidade do BCI (Tendo a discordar **(BIM)** + Discordo firmemente **(BIM)** + Sem palavra **(BIM)** *versus* Tendo a discordar **(BCI)** + Discordo firmemente **(BCI)** + Sem palavra **(BCI)**). Na comparação pelas conformidades só toma vantagem a empresa que tiver maior percentagem, e na comparação pelas não conformidades fica com vantagem a empresa que tiver menor percentagem.

Tabela 11

Dimensão tangibilidade		
Alternativas associadas às suas percentagens	Percentagem de Respondentes (BIM)	Percentagem de Respondentes (BCI)
Discordo firmemente (0%)	12%	23%
Tendo a discordar (25%)	10%	0%
Sem palavra (50%)	0%	22%
Tendo a concordar (75%)	22%	22%
Concordo firmemente (100%)	56%	33%

Fonte própria

Não conformidade **(BIM)** = 12% + 10% = **22%**

Não conformidade **(BCI)** = 23% + 22% = **45%**

Conformidade **(BIM)** = 22% + 56% = **78%**

Conformidade **(BCI)** = 22% + 33% = **55%**

Comparando:

Não-conformidade (**BIM**) <Não-conformidade (**BCI**)

Conformidade (**BIM**) > Conformidade (**BCI**)

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão tangibilidade, em relação ao BCI, visto que tem uma maior conformidade em relação ao BCI.

Tabela 12

Dimensão confiabilidade		
Alternativas associadas às suas percentagens	Percentagem de Respondentes (BIM)	Percentagem de Respondentes (BCI)
Discordo firmemente (0%)	0%	33%
Tendo a discordar (25%)	34%	0%
Sem palavra (50%)	0%	17%
Tendo a concordar (75%)	49%	17%
Concordo firmemente (100%)	17%	33%

Fonte própria

Não conformidade (**BIM**) = **34%**

Não conformidade (**BCI**) = 33% + 17% = **50%**

Conformidade (**BIM**) = 49% + 17% = **66%**

Conformidade (**BCI**) = 17% + 33% = **50%**

Comparando:

Não-conformidade (**BIM**) <Não-conformidade (**BCI**)

Conformidade (**BIM**) > Conformidade (**BCI**)

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão confiabilidade, em relação ao BCI, visto que tem uma maior conformidade em relação ao BCI.

Tabela 13

Dimensão atendimento		
Alternativas associadas às suas percentagens	Percentagem de Respondentes (BIM)	Percentagem de Respondentes (BCI)
Discordo firmemente (0%)	0%	74%
Tendo a discordar (25%)	51%	0%
Sem palavra (50%)	25%	26%
Tendo a concordar (75%)	24%	0%
Concordo firmemente (100%)	0%	0%

Fonte própria

Não conformidade **(BIM)** = 51% + 25% = **76%**

Não conformidade **(BCI)** = 74% + 26% = **100%**

Conformidade **(BIM)** = **24%**

Conformidade **(BCI)** = **0%**

Comparando:

Não-conformidade **(BIM)** < Não-conformidade **(BCI)**

Conformidade **(BIM)** > Conformidade **(BCI)**

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão atendimento, em relação ao BCI, visto que tem uma maior conformidade em relação ao BCI.

Tabela 14

Dimensão segurança		
Alternativas associadas às suas percentagens	Percentagem de Respondentes (BIM)	Percentagem de Respondentes (BCI)
Discordo firmemente (0%)	14%	29%
Tendo a discordar (25%)	0%	0%
Sem palavra (50%)	42%	43%
Tendo a concordar (75%)	29%	14%
Concordo firmemente (100%)	15%	14%

Fonte própria

Não conformidade **(BIM)** = 14% + 42% = **56%**

Não conformidade **(BCI)** = 29% + 43% = **72%**

Conformidade **(BIM)** = 29% + 15% = **44%**

Conformidade **(BCI)** = 14% + 14% = **28%**

Comparando:

Não-conformidade **(BIM)** < Não-conformidade **(BCI)**

Conformidade **(BIM)** > Conformidade **(BCI)**

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão segurança, em relação ao BCI, visto que tem uma maior conformidade em relação ao BCI.

Tabela 15

Dimensão empatia		
Alternativas associadas às suas percentagens	Percentagem de Respondentes (BIM)	Percentagem de Respondentes (BCI)
Discordo firmemente (0%)	25%	2%
Tendo a discordar (25%)	24%	24%
Sem palavra (50%)	0%	50%
Tendo a concordar (75%)	51%	24%
Concordo firmemente (100%)	0%	0%

Fonte própria

Não conformidade **(BIM)** = 25% + 24% = **49%**

Não conformidade **(BCI)** = 2% + 24% + 50 = **76%**

Conformidade **(BIM)** = **51%**

Conformidade **(BCI)** = **24%**

Comparando:

Não-conformidade **(BIM)** < Não-conformidade **(BCI)**

Conformidade **(BIM)** > Conformidade **(BCI)**

Interpretação: O BIM tem qualidade na dimensão empatia, em relação ao BCI, visto que tem uma maior conformidade em relação ao BCI.

6. Conclusões

Partindo do princípio de que o serviço que satisfaz a uma pessoa pode não satisfazer a uma outra, entende-se que a qualidade de um produto/serviço varia de pessoa para pessoa.

O modelo SERVQUAL é um instrumento através do qual se avalia a qualidade percebida pelos clientes, com base numa análise da percepção e da expectativa dos mesmos usando alguns parâmetros (dimensões). Se as expectativas forem maiores que a percepção diz-se que a qualidade é baixa e caso contrário a qualidade é melhor.

Desta forma, tendo sido feito o trabalho de pesquisa nos clientes das empresas BCI e Millennium-BIM em Chibuto, visando avaliar a qualidade dos serviços prestados por ambas as empresas por via de aplicação do modelo SERVQUAL, destacaram-se aspectos através dos quais, percebeu-se que o BCI não tem qualidade num sentido geral em termos de prestação dos serviços, tendo sido apurada a verdade através da comparação das conformidades e as não-conformidades de cada dimensão.

Segundo os dados colhidos, O BCI só tem maior percentagem de conformidade na dimensão Tangibilidade. Teve uma conformidade igual a não-conformidade na dimensão Confiabilidade, e nas outras restantes dimensões as percentagens da não conformidade são maiores que as da conformidade.

Constatou-se ainda que o Millennium-BIM tem qualidade de forma generalizada, mas especificamente, teve uma conformidade maior que a não conformidade nas dimensões Tangibilidade, Confiabilidade e Empatia, tendo tido uma queda nas dimensões Atendimento e Segurança.

Numa análise comparativa das duas empresas constatou-se que o Millennium-BIM leva vantagens em qualidade relativamente ao BCI, visto que em todas as dimensões o BIM tem uma conformidade maior que a conformidade do BCI e menor conformidade em relação ao seu concorrente (BCI).

7. Referências Bibliográficas

- ✓ GIL, António Carlos, (2006). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. (5ª ed.) São Paulo: Atlas;
- ✓ LAS CASAS, A.L. (1999). *Qualidade total em serviços* (3. ed.) São Paulo: Atlas;
- ✓ SLACK, N., Chambers, S. & Johnston, R. (2009). *Administração da Produção*. (2ª ed.) São Paulo: Atlas

Apêndices

**UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE****Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto- (ESNEC)****Questionário**

Caro(a) sr(a), este questionário é parte de um estudo que possui um objectivo meramente académico e visa a obtenção do grau de licenciatura em Gestão e Liderança na Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto da UEM. É de grande importância a sua contribuição para a concretização do trabalho que através deste questionário quer se produzir. É de referir que em nenhum momento o respondente irá precisar se identificar, simplesmente para garantir a confidencialidade. Agradecemos desde já, a sua compreensão.

Responda apenas marcando um “X” no quadradinho da resposta que melhor se assenta à sua realidade

Dados Pessoais

Sexo:

1. Feminino 2. Masculino **Faixa Etária:**1. De 12 à 17 2. De 18 à 22 3. De 22 à 30 4. De 31 ou mais **Nível de académico:**1. Básico Incompleto 2. Básico Completo 3. Médio Incompleto 4. Médio Completo 5. Licenciatura Incompleta 6. Licenciatura completa

7. Pós Graduação ou mais

Legenda das respostas

1. Discordo firmemente 2. Tendo a discordar 3. Sem palavras
4. Tendo a concordar 5. Concordo firmemente

Questao-chave

A minha instituicao bancaria é:

A. Millenium-bim B. BCI

Tangibilidade					
Questões	Respostas				
	1	2	3	4	5
1. A minha agência bancária tem uma boa aparência.					
2. Os panfletos, impressos e os talões do meu banco têm uma boa aparência visual.					
3. O pessoal do meu banco veste-se de forma decente.					
4. A agência distrital do meu banco está bem posicionada.					
5. As caixas automáticas (ATM's) do meu banco se encontram num local:					
6. Eu acho que o valor mínimo que se admite levantar nos ATM's do meu banco é aceitável.					
7. No meu banco pode-se efectuar o serviço de transferência de dinheiro usando outros meios além do ATM.					
8. No ATM do seu banco existe um telefone fixo para os efeitos de reclamações e sugestões relativas ao atendimento?					
9. É possível comprar CREDELEC (energia) via meu banco usando outros meios.					
Confiabilidade					
1. O meu banco aplica taxas normais de levantamento do dinheiro.					
2. O meu banco aplica taxas normais de empréstimo					
3. Sempre que alguém pagar um acréscimo referente a inscrição do seu nome no cartão, o seu cartão aparece efectivamente com o seu nome.					
4. O meu banco responde sempre as minhas preocupações e as minhas					

reclamações.					
5. O meu banco cumpre sempre com o prazo pré-estabelecido para a produção dos cartões.					
A questão que se segue só é válida para utentes que usam conta universitária					
6. O meu banco cumpre com os benefícios/regalias que prometeu oferecer pelo uso da conta.					
Este campo é válido para todos os utentes					
Atendimento					
1. O número de funcionários do meu banco responde a demanda dos clientes.					
2. Os funcionários do meu banco atendem os clientes com todo o prazer.					
3. O atendimento ao cliente no meu banco usa um sistema do tipo primeiro a entrar, primeiro a sair.					
4. Os funcionários do meu banco são rápidos quanto ao atendimento.					
Segurança					
1. A localização geográfica da agência distrital do meu banco não permite fácil roubo ou assalto.					
2. Os funcionários cultivam nos clientes, um clima de segurança nas transacções com a empresa.					
3. Sempre que os clientes do meu banco apresentarem algum problema os funcionários resolvem-no pacificamente.					
4. Caso ocorra alguma falha de um ou mais dígitos numéricos no depósito de algum valor, o banco corrige.					
5. Sempre que se compra energia (credelec), há espaço para confirmar o nome do consumidor.					
6. Sempre que alguém transfere algum valor (dinheiro), dá-se um espaço que se confirme a pessoa para quem se transfere.					
7. Há uma sombra para os que quiserem levantar dinheiro nos ATM's do meu banco.					
Empatia					
1. Os funcionários do meu banco são atenciosos					

2. Os funcionários do meu banco mostram sempre um interesse real pelos problemas dos clientes.					
3. O meu banco interrompe as entradas às 15h, mas caso sejam poucos utentes no interior do banco dá-se espaço a quem quiser entrar.					
4. O meu banco responde as minhas preocupações e as minhas reclamações.					