

Avaliação da utilidade do auto-atendimento bancário: um estudo exploratório

Ana Rita Rodrigues Grilo e Castro

Resumo: O advento de novas tecnologias traz alguns benefícios para a humanidade. Mas, se o foco do produto tecnológico não for o homem, pode acarretar sérios problemas para o usuário que, por sua vez, pensa ser ele o causador daquele mal. A partir dessa premissa é feito um estudo exploratório sobre o auto-atendimento bancário abordando a sua utilidade sob a ótica dos seus usuários. Mostrando os pontos fracos e fortes dessa forma de atendimento. E sugerindo temas de estudos no campo dos serviços de atendimento ao público.

O objetivo geral dessa pesquisa é identificar sob a ótica do usuário alguns prováveis fatores falhos que comprometem a utilidade do sistema de auto-atendimento bancário.

Automação bancária no Brasil

Em meados da década de 60 no Brasil iniciou-se um fenômeno chamado de automação bancária tendo, como um dos seus resultados, a implantação do sistema auto-atendimento. Devido ao grande volume de informações alfanuméricas que devem ser processadas de forma rápida e com o máximo de precisão é fácil entender por que o setor bancário foi um dos mais receptivos às novas tecnologias. Além disso, a redução de custos e a melhoria do atendimento aos seus clientes são outros benefícios trazidos para esse setor com a sua automação (Menezes, 2003).

Segundo Filho (2000, apud Menezes 2003), o auto-atendimento é o mais usado e aceito pelos clientes, porém é o setor que mais demanda solicitações de auxílio. E apesar dos gastos das instituições financeiras com as tecnologias bancárias, há ainda hoje, certa resistência por parte de uma camada da população em utilizá-las, que pode ter diversos motivos como falta de conhecimento, de confiança ou de credibilidade (Menezes, 2003).

A *Série: Textos de Alunos de Psicologia Ambiental* reproduz trabalhos de alunos de graduação das disciplinas Psicologia Ambiental e Psicologia Social. Estes trabalhos empíricos fazem parte das exigências destas disciplinas. Frequentemente, foi a primeira pesquisa realizada pelos autores. Oportunamente, publica-se trabalhos oriundos de outras disciplinas, desde que tratam de assuntos da psicologia ambiental ou psicologia social.

Sobre o autor: Ao desenvolver este trabalho a autora era aluna da disciplina, em nível de pós-graduação, *Planejamento de Pesquisa em Psicologia*, ministrada pelo professor Hartmut Günther, durante o segundo semestre de 2006.

Endereço para contato: Laboratório de Psicologia Ambiental, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Caixa Postal 4480, 70919-970 Brasília, DF; hartmut@unb.br - www.psi-ambiental.net; ou da autora, anagrilo2005@yahoo.com.br

Como citar

Grilo e Castro, A. R. R. (2006). Avaliação da utilidade do auto-atendimento bancário: um estudo exploratório. *Série: Textos de Alunos de Psicologia Ambiental*, N° 05. Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental.

O ser humano no contexto do avanço tecnológico

Com o advento dos avanços tecnológicos é possível observar que existe uma tendência mundial de informatização dos meios de trabalho e atendimento ao público, tanto em empresas privadas quanto em empresas públicas. Os benefícios relacionados à informatização são indiscutíveis. Porém, ainda é comum encontrarmos usuários de auto-atendimento tentando executar uma determinada tarefa, repetindo inúmeras vezes as instruções que aparecem na tela, mas, por não obterem sucesso, acabam buscando o atendimento convencional. Como explicar essa realidade que contradiz a imagem de rapidez e facilidade associada aos sistemas informatizados?

A resposta para essa questão está no foco utilizado para a concepção desses sistemas que, na maioria das vezes, pressupõem a adaptação do usuário a ele e não o contrário. Para que um sistema seja considerado útil, primeiramente deve ser humanizado, ou seja, ele precisa atender as necessidades do usuário, considerando as falhas humanas. Segundo Abrahão (2005), “na interação homem artefato deve-se considerar que esse homem possui recursos percepto-cognitivos limitados”, por exemplo, para que o usuário possa ler alguma instrução que aparece na tela é necessário que o tamanho da letra torne o texto legível e que não haja reflexos que ofusquem a sua visão.

Essa problemática associada à inserção de novas tecnologias é uma questão atual, mas que já vem sendo estudada pela ciência chamada Ergonomia desde a década de 40 (Abrahão, 2005). Segundo Iida (1990), “a ergonomia é o estudo da adaptação do trabalho ao homem”, sendo que o conceito de trabalho, neste caso, é bastante amplo e envolve todas as situações que podem ocorrer com o homem no relacionamento com o seu trabalho e na execução de uma tarefa.

Mais especificamente no que diz respeito aos sistemas informatizados, a Ergonomia “busca estudar como ocorre a interação entre os diferentes componentes do sistema a fim de elaborar parâmetros a serem inseridos na concepção de aplicativos que orientem os usuários e que contribuam para a execução da tarefa” (Abrahão, 2005).

Ainda segundo Abrahão (2005), “dois eixos principais

norteiam a análise de sistemas informatizados”: a utilidade e a usabilidade do sistema. Nesse estudo o foco está direcionado para os aspectos da utilidade do auto-atendimento, porém os dois conceitos estão fortemente relacionados e, por esse motivo, serão ambos brevemente definidos aqui.

Utilidade

Esse primeiro eixo de análise verifica se o sistema “possui os recursos (funcionais e de *performance*) necessários à realização das tarefas para as quais ele foi concebido” (Abrahão, 2005). Em outras palavras, a utilidade do sistema são as propriedades que possibilitam que ele funcione como um meio eficaz para a interação do usuário com a instituição e que satisfaça as necessidades do usuário (Senach, 1993 apud Gonçalves, 2002). Apesar da relevância do tema, pouco material foi encontrado sobre o assunto e esses, ainda assim, não o tratam com profundidade.

Usabilidade

A usabilidade é a qualidade ou característica de um produto (*software*, *hardware* ou qualquer outro) que seja fácil de usar e que seja adequado aos objetivos do seu usuário e da tarefa a ser executada. Segundo Nielsen (1993, apud Abrahão, 2005) “a usabilidade é composta por cinco atributos principais: facilidade de aprendizado, eficiência, facilidade de memorização, baixa taxa de erros e satisfação do usuário”.

Relevância do estudo e objetivos específicos

Este trabalho está inserido no campo de estudo das variáveis que envolvem o serviço de atendimento ao público e que utilizam aparatos tecnológicos para promover a interação do homem com a instituição. Porém, no caso dessa pesquisa, o foco é o usuário do sistema.

A existência de poucos estudos relacionados com a temática do atendimento e auto-atendimento bancário, a atualidade e a importância do assunto justificam a relevância dessa pesquisa, que tem como objetivos específicos:

1. Identificar alguns pontos fortes e fracos dessa forma de atendimento;
2. Testar modelos de *survey* para esse tipo de análise;
3. Apontar caminhos para estudos mais aprofundados sobre o tema.

E para nortear a pesquisa foram elaboradas as seguintes questões:

1. Os sistemas de auto-atendimento existentes atendem as necessidades do usuário de forma satisfatória?
2. Conseguem suprir todas as funções para as quais foram concebidos?
3. Quais características poderiam e deveriam ser aperfeiçoadas para melhorar o grau de utilidade do auto-atendimento bancário?
4. E quais características já são satisfatórias em termos de utilidade do sistema?

MÉTODO

No campo de estudo em Ergonomia esta pesquisa pode ser denominada de descritiva, por se tratar de uma pesquisa de motivação que busca conhecer, descrever, classificar e interpretar um determinado fenômeno e não modificá-lo. Nesse tipo de pesquisa, os métodos para coleta de dados podem ser: observação (assistemática, sistemática, registro de comportamento); e inquirição (entrevista, verbalização, questionário, *survey*, escala de avaliação) (Moraes & Mont’Alvão, 2000).

Para esse trabalho o método utilizado para a coleta de dados foi por uso de *surveys*, mais especificamente, por meio de dois questionários. Sendo que o primeiro questionário (perguntas abertas) serviu de base para a elaboração do segundo questionário (perguntas fechadas), tendo em vista que “para uma pesquisa inicial, exploratória, não conhecendo a abrangência ou a variabilidade das possíveis respostas, são necessárias perguntas abertas” (Günther, 2003b).

Participantes da pesquisa

Os questionários foram aplicados com residentes de Brasília. Sendo que o primeiro questionário foi enviado por *e-mail* de forma aleatória para uma lista de cerca de 150 contatos eletrônicos válidos e para otimizar o número de resposta não foi utilizado qualquer forma de identificação do respondente.

Porém, devido ao fato de usuários de correio eletrônico corresponderem a um público que, obviamente, está mais familiarizado com o ambiente informatizado, foi escolhida a forma auto-aplicável e manual para os sujeitos responderem ao segundo questionário. E desses sujeitos, também, não foi pedida a identificação. Sendo que a coleta foi realizada com indivíduos encontrados no Plano Piloto de Brasília, mas que não necessariamente residem nesse local.

Procedimentos

Sendo assim, inicialmente, foi feito um levantamento do que influencia o comportamento de usuários de banco no momento de escolha por um tipo de atendimento.

Após coletados esses dados iniciais, foram selecionados os motivos mais citados pelos respondentes da pesquisa para optarem pelo auto-atendimento. Esse material serviu, então, para a elaboração de um segundo questionário. Para a concepção desse segundo questionário também foram levantados dados para por meio de uma pesquisa bibliográfica de estudos a respeito do tema (Alfinito & Iglesias, 2006; Menezes, 2003).

Nesse segundo questionário, então, é pedido que o respondente avalie, numa escala de 0 a 4 (nunca, poucas vezes, metade das vezes, maioria das vezes e sempre), com que frequência cada item costuma ocorrer na experiência dele como usuário de auto-atendimento bancário.

Instrumentos

No primeiro questionário (Anexo 1) foi pedido para o respondente que indicasse se para efetuar determinada transação bancária ele costuma usar o caixa-eletrônico ou outra forma de atendimento e o porquê dessa escolha dele.

Foi dado abertura nesta *survey* para que o respondente expressasse a sua opinião com as suas próprias palavras.

Já no segundo questionário (Anexo 2) foi utilizado a forma de perguntas fechadas, com o uso da escala de Likert. Essa forma de mensuração é, segundo Günther (2003a), “mais utilizada nas ciências sociais, especialmente em levantamentos de atitudes, opiniões e avaliações”. Foi pedido neste instrumento que o respondente indicasse numa escala de 0 a 4 (nunca, poucas vezes, metade das vezes, maioria das vezes e sempre) qual a frequência que cada uma das sete situações citadas ocorrem na sua experiência como usuário de auto-atendimento bancário.

RESULTADOS

Os resultados coletados por meio de questionário enviado por e-mail (primeiro questionário) apontam que os motivos mais citados pelos respondentes para a escolha do auto-atendimento em caixa eletrônico são a praticidade, a rapidez e a facilidade dessa forma de atendimento. Além disso, também foram citados comodidade, rapidez e segurança. Mas isso ocorre nos casos de saque e depósito, pois para pagamentos, extratos, saldos e transferências alguns preferem utilizar a internet. Um respondente se posicionou da seguinte forma com relação ao auto-atendimento: Caixas eletrônicos oferecem vários serviços (todos listados nesta pesquisa) de forma conveniente e segura. Escolho caixas eletrônicas para todos os possíveis serviços bancários necessários, por segurança e praticidade. Responderam a esse questionário 37 sujeitos (n=37). Outro dado que pode ser identificado com esse questionário é que 70,8% dos respondentes preferem caixas eletrônicas e 29,2% preferem outras formas de atendimento bancário como, por exemplo, a internet.

Com relação à pesquisa bibliográfica sobre o tema foi possível identificar outros fatores positivos e negativos que são relevantes e não foram citados pelos respondentes do questionário. São eles: clareza das instruções apresentadas na tela; conhecimento de todas as funções disponíveis no caixa eletrônico; acessibilidade; segurança; privacidade; impessoalidade do auto-atendimento; e estabilidade do sistema. Outro dado importante, é que, na maioria das vezes, os usuários que mais têm problema com auto-atendimento são pessoas idosas.

Após a aplicação do questionário em escala Likert (segundo questionário), as respostas dos sujeitos (n=28) foram compiladas para o *software* Excel. Em seguida foi feita a média aritmética simples do valor das repostas de cada item, ou seja, a soma de todas as repostas dividida pelo número de repostas. Esses valores serviram para analisar como os usuários enxergam os sistemas de auto-atendimento bancário por meio dos caixas eletrônico e elaborar gráficos comparativos.

DISCUSSÃO

A partir dos resultados obtidos com o segundo questionário foi tecida uma análise que avalia os pontos satisfatórios e insatisfatórios da utilidade do auto-

atendimento bancário.

Esses resultados foram classificados em dois grupos: pontos fortes e fracos. Ou seja, fatores que apresentaram média de avaliação satisfatória e insatisfatória, respectivamente. Sendo que o critério utilizado para conduzir essa classificação foi o seguinte: a) pontos fortes – itens de característica negativa (defeitos) que tiveram pontuação média abaixo de 1,0 e itens de característica positiva (qualidades) que tiveram pontuação acima de 2,5; b) pontos fracos – defeitos que tiveram pontuação acima de 1,0 e qualidades que tiveram pontuação abaixo de 2,5. E a intenção disso é facilitar o entendimento e a análise desses dados. Dessa forma, para cada grupo foi feito um gráfico (Figura 1 – pontos fracos; Figura 2 – pontos fortes) que mostra a diferença de cada item de avaliação dentro dessa escala de frequência apresentada (de 0 a 4).

Análise dos pontos fracos

Com relação ao primeiro item do questionário (instruções que aparecem na tela são insatisfatórias), a avaliação obtida não demonstrou ser a ideal (1,75) e pode-se inferir que em quase metade das vezes o usuário sente-se insatisfeito com as instruções que aparecem na tela, demonstrando a possibilidade de serem encontrados problemas de usabilidade nos sistemas de auto-atendimento bancário.

Além disso, outras formas de atendimento, como guichê e internet, são, em geral, consideradas mais seguras e que proporcionam maior privacidade do que os CE.

Desses itens considerados como pontos fracos do auto-atendimento bancário, três tiveram resultados menos comprometedores são eles: os reflexos, que dificultam a visualização do conteúdo da tela do caixa eletrônico e que podem prejudicar a funcionalidade do sistema (pontuação: 1,61); o excesso de filas, que contradiz à lógica de um atendimento rápido e pode ser entendido como um sintoma da má eficiência dele (pontuação: 1,86); e um outro problema que ainda ocorre com uma frequência indesejável que é o sistema ficar *off-line* (pontuação: 1,21), podendo essa ser uma das causas para o aumento das filas.

Análise dos pontos fortes

Os principais aspectos avaliados positivamente para o auto-atendimento são: rapidez (pontuação: 2,93), praticidade, comodidade (pontuação: 3,00) e acessibilidade (pontuação: 2,70). Também, em média, os sujeitos consideraram que, quase na maioria das vezes, as funções disponíveis no CE são conhecidas (pontuação: 2,82), facilitando, assim, a sua utilidade. E a impessoalidade dessa forma de atendimento (pontuação: 0,79) foi um fator considerado de pouco incômodo pelos respondentes da pesquisa.

Êxitos e limitações da pesquisa

Foi citado que um dos objetivos específicos era identificar os pontos fortes e fracos dessa forma de atendimento e isso se cumpriu com certo êxito. Porém, certamente com um estudo mais aprofundado sobre o tema é provável que se encontrem outros fatores relevantes para serem avaliados. E isso pode ser obtido

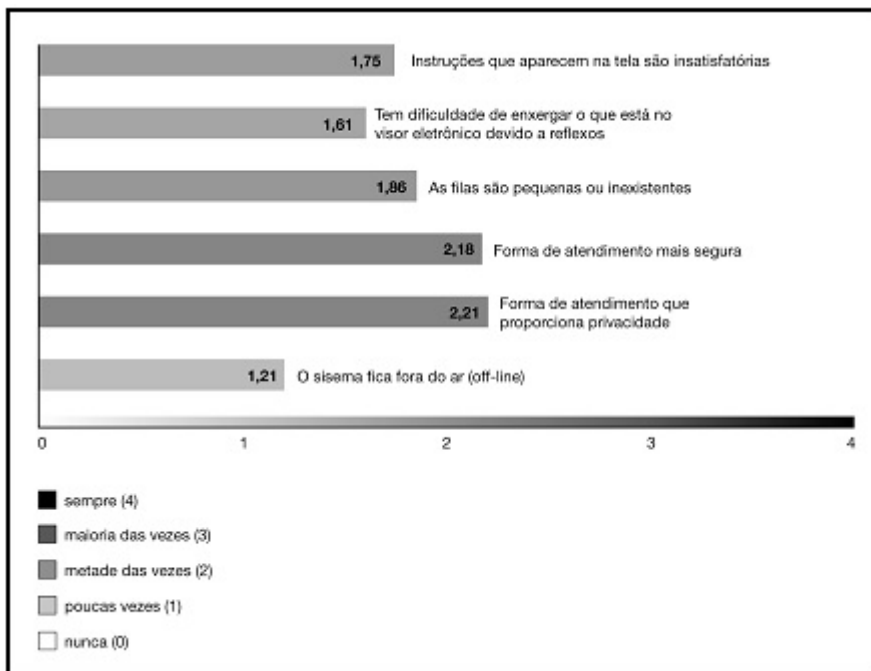


Figura 1 Itens do segundo questionário classificados como pontos fracos

com um maior número de sujeitos de classe social e escolaridade variada, ou mesmo através de observações sistemáticas e assistemáticas de usuários de caixas eletrônicos executando tarefas.

Também com relação aos sujeitos, pode ser interessante que, em um estudo posterior, o perfil do usuário seja mais delimitado e caracterizado, pois, com isso, há uma maior possibilidade entender melhor as suas necessidades desse público.

Quanto aos questionários utilizados notou-se que, depois da coleta de dados, alguns respondentes não entenderam satisfatoriamente as instruções para preenchimento do mesmo. Além disso, esse modelo de questionário (primeiro) não se mostrou eficiente para se

conhecer os pontos fracos do auto-atendimento bancário, mas apenas os pontos fortes.

De forma geral a pesquisa se mostrou interessante como um estudo exploratório do tema, principalmente, pelo fato de existir pouco material literário sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- Abrahão, J. I., Silvino, A. M. D. & Sarmet, M. M. (2005). Ergonomia, Cognição e Trabalho Informatizado. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Vol. 21, n. 2, 163-171.
- Alfinito, S. & Iglesias, F. (2006). *Survey aplicado ao consumidor de serviços bancários: Uma análise com três modalidades de coleta de dados*. Trabalho apresentado no II Congresso Brasileiro de Psicologia Organizacional e do Trabalho, Brasília, DF.
- Ferreira, M. C. (2000). Serviço de atendimento ao Público: o que é? Como analisá-lo? Esboço de uma abordagem Teórico- Metodológica em Ergonomia. *Revista Multitemas*, n. 7, 128-144.
- Günther, H. (2003a). *Como Elaborar um Questionário* (Série: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, No 01). Brasília, DF: UnB, Laboratório de Pesquisa Ambiental.
- Günther, H. (2003b). *Como Elaborar um Relato de Pesquisa* (Série: Planejamento de Pesquisa em Ciências Sociais, N° 02). Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental.
- Iida, I. (1990). *Ergonomia, Projeto e Produção*. São Paulo: Ed. Edgard Blucher.
- Menezes, W. J. (2003). *Atendimento presencial em auto-atendimento bancário: um paradoxo à luz da lógica dos clientes, dos atendentes e dos gestores*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, DF.
- Moraes, A. & Mont'Alvão, C. (2000). *Ergonomia: conceitos e aplicações*. Rio de Janeiro: 2AB.

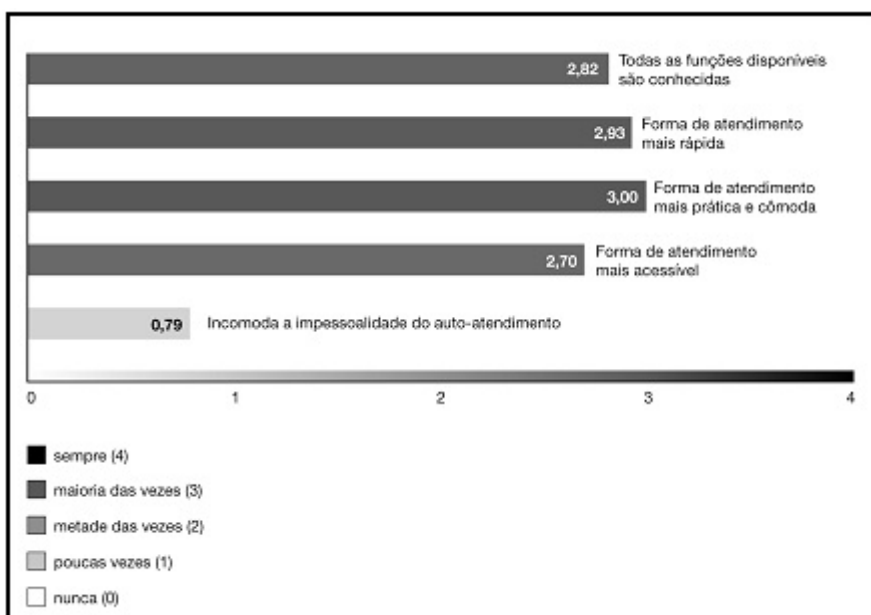


Figura 2 Itens do segundo questionário classificados como pontos fortes