

A EMPATIA COMO PREDITOR DOS ANTECEDENTES DO MODELO DE RETENÇÃO DE CLIENTES BANCÁRIOS

MIRLENE RABELO MAGALHAES DIAS
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

JOSE SARTO FREIRE CASTELO
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

A EMPATIA COMO PREDITOR DOS ANTECEDENTES DO MODELO DE RETENÇÃO DE CLIENTES BANCÁRIOS

Introdução

O setor bancário brasileiro é caracterizado pela presença de um grupo reduzido de grandes empresas, sendo reconhecido como um dos setores mais lucrativos do mercado brasileiro. Nesse cenário, novos hábitos da população decorrentes do uso da internet e smartphones, têm influenciado o setor a adotar diferentes ações e formular estratégias voltadas para a satisfação do cliente. A retenção de clientes vem sendo investigada na literatura por diferentes autores que abordam o tema sob as perspectivas dos serviços digitais; engajamento do cliente; proposição de valor; comprometimento e outros.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A questão central que norteia este trabalho pode ser descrita da seguinte maneira: como a empatia impacta na proposição de valor, na cocriação de valor e no valor em uso e, por conseguinte, na retenção de clientes, em um contexto de serviços bancários prestados por bancos comerciais? Para responder essa questão, o estudo vai avaliar o impacto da empatia na proposição de valor, na cocriação de valor e no valor em uso e, por conseguinte, na retenção de clientes, em um contexto de serviços prestados por bancos comerciais.

Fundamentação Teórica

Nesta seção, serão apresentados os construtos empatia, cocriação de valor (Pedersen, 2021), proposição de valor (Kowalkowski, 2015), valor em uso (Grönroos, 2008) e retenção de clientes (Bankuoru Egala, Boateng, Aboagye Mensah, 2021) definidos dentre outros, bem como, a narração para a formulação das sete hipóteses do modelo proposto de retenção de clientes bancários a partir da revisão da literatura.

Metodologia

Pesquisa exploratória para identificar a lacuna teórica e propor a influência da empatia na proposição de valor, cocriação de valor e valor em uso no modelo de retenção de clientes bancários com uso da escala Likert de 7 pontos aplicado on-line a uma amostra não probabilística de conveniência de 301 respondentes. Verificou-se a normalidade dos dados, e também a multicolinearidade das variáveis observadas com uso da técnica de MEE por meio do Smart Pls 3 para a interpretação das relações estruturais do modelo proposto (HAIR et al., 2017).

Análise dos Resultados

Sete hipóteses foram propostas a partir da revisão da literatura, sendo que h1: empatia -> cocriação de valor, h2: empatia -> proposição de valor, h3: empatia -> valor em uso, h4: proposição de valor -> valor em uso, h6: cocriação de valor -> proposição de valor e h7: valor em uso -> retenção de clientes tiveram efeito positivo significativo com coeficiente de correlação e valor de t superior a 1,96 e contrariamente h5: cocriação de valor -> valor em uso foi rejeitada, indo em oposição aos estudos anteriores.

Conclusão

O questionamento central foi alcançado, os resultados mostram a importância da Empatia desde o reconhecimento de necessidades de mercado não atendidas, conforme considerado pela teoria de simulação de empatia, para determinar benefícios futuros para os clientes, até o momento que os consumidores cocriam o valor que eles experimentam e materializam o valor em uso. A Empatia

impacta a retenção de clientes, uma vez que, quanto maior o valor que os clientes criam (valor de uso), mais dispostos estão a manter o relacionamento com os provedores de serviços (DAL BÓ; MILAN; DE TONI, 2018).

Referências Bibliográficas

BANKUORU EGALA, S.; BOATENG, D.; ABOAGYE MENSAH, S. To leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, v. 39, n. 7, p. 1420-1445, 28 out 2021. DAL BÓ, G.; MILAN, G. S.; DE TONI, D. Proposal and validation of a theoretical model of customer retention determinants in a service environment. *Rausp Management Journal*, v. 53, n. 2, p. 202-213, 2018. HAIR JR, J. F.; SARSTEDT, M.; RINGLE, C. M.; GUDERGAN, S. P. *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. [s.l.] sage publications, 2017.