

O EFEITO DA REATÂNCIA NA SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES BANCÁRIOS: CONTA LIVRE vs CONTA IMPOSTA

*THE EFFECT OF REACTANCE ON BANKING CONSUMERS' SATISFACTION:
FREE ACCOUNT vs IMPOSED ACCOUNT*

JOANA ROSA CARDOSO DE CARVALHO
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EVANDRO LUIZ LOPES
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

ALEIXO FERNANDES
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EDUARDO MESQUITA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

ANOS
SINGEP

O EFEITO DA REATÂNCIA NA SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES BANCÁRIOS: CONTA LIVRE vs CONTA IMPOSTA

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho é identificar o papel moderador da reatância na satisfação com os tipos de conta e a sua influência na lealdade dos serviços bancários.

Relevância/originalidade

Preenche uma lacuna teórica existente sobre a avaliação da relação dos tipos de conta bancária (livre vs imposta) com a satisfação, moderada pela reatância, além da influência dos tipos de conta na satisfação, contexto que nenhum estudo abordou até o momento.

Metodologia/abordagem

Realizada por meio de um survey para uma amostra por conveniência, os dados foram analisados por meio da Modelagem de Equações Estruturais, por meio do software SmartPLS, a amostra é de 267 respondentes e os resultados corroboram com a teoria apresentada.

Principais resultados

Os tipos de conta condicionam a satisfação do consumidor, nas contas abertas por livre escolha, pois os consumidores com maior reatância tendem a ser mais satisfeitos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Está embasada na moderação da reatância na satisfação dos consumidores bancários diante dos tipos de conta, além dos tipos de conta influenciar diretamente na satisfação dos consumidores bancários, contexto que nenhum estudo abordou até o momento.

Contribuições sociais/para a gestão

Criar um score para entender o perfil do consumidor se torna necessário para que os gestores bancários possam atuar com ofertas customizadas para cada perfil, além da importância de criar uma classificação para cada tipo de conta dentro do sistema bancário.

Palavras-chave: Reatância, Satisfação, Lealdade, Consumidores Bancários

*THE EFFECT OF REACTANCE ON BANKING CONSUMERS' SATISFACTION:
FREE ACCOUNT vs IMPOSED ACCOUNT*

Study purpose

The objective of this work is to identify the moderating role of reactance in satisfaction with account types and its influence on the loyalty of banking services.

Relevance / originality

It fills an existing theoretical gap on the assessment of the relationship of bank account types with satisfaction, moderated by reactance, in addition to the influence of account types on satisfaction, a context that no study has addressed so far.

Methodology / approach

Conducted through a survey for a convenience sample, the data were analyzed using Structural Equation Modeling, using the SmartPLS software, the sample is 267 respondents and the results corroborate the theory presented.

Main results

The types of account condition consumer satisfaction, in accounts opened by free choice, consumers with greater reactance tend to be more satisfied.

Theoretical / methodological contributions

It is based on the moderation of the reactance in the satisfaction of bank consumers regarding the types account, in addition to the types of account directly influencing the satisfaction of bank consumers, a context that no study has addressed so far.

Social / management contributions

Creating a score to understand the consumer's profile is necessary so that bank managers can act with customized offers for each consumer profile, in addition to the importance of creating a classification for each type of account within the banking system.

Keywords: Reactance, Satisfaction, Loyalty, Banking Consumer