

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



AGÊNCIAS BANCÁRIAS: A INFLUÊNCIA DA CAPACIDADE ABSORTIVA NO MARKETING DE RELACIONAMENTO

Pesquisador(es): BORGES, Alessandra; AGUIAR, Camila Camargo; SANTOS, Silvia Spagnol Simidos; SANTOS JÚNIOR, Silvio.

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), Curso de Administração

Área: Área das Ciências Sociais

Introdução: A absorção e interpretação do conhecimento e o relacionamento duradouro com os clientes são ferramentas essenciais para o desenvolvimento de agências bancárias capazes de enfrentar os desafios e a competitividade do ambiente mercadológico dos últimos anos. **Objetivo:** Por isso, o estudo objetiva analisar a influência da capacidade absorptiva no marketing de relacionamento em agências bancárias do Meio-Oeste e Planalto Sul Catarinense. **Método:** Como metodologia, fez-se uso de uma pesquisa explicativa, aplicada por meio de uma abordagem quantitativa. Para a coleta dos dados, utilizou-se uma survey online, através de um questionário validado e adaptado, e posteriormente enviado a 278 funcionários das agências bancárias. O instrumento de pesquisa foi composto por variáveis estruturadas segundo uma escala Likert de sete pontos, as quais abordaram os construtos de capacidade absorptiva e marketing de relacionamento. **Resultados:** A amostra válida e final foi de 164 colaboradores das agências bancárias. Os dados obtidos foram tratados nos softwares Excel e SPSS mediante um modelo de regressão linear simples, com a finalidade de testar a hipótese que questiona se a capacidade absorptiva afeta positivamente no marketing de relacionamento em agências bancárias. Os resultados confirmaram como aceita a hipótese de pesquisa. **Conclusão:** Do mesmo modo, ressalta-se que as agências bancárias demonstraram aplicar os conceitos de capacidade absorptiva e de marketing de relacionamento para melhorar o atendimento das necessidades dos clientes e gerar benefícios que justifiquem a fidelização. Além disso, quando utilizados simultaneamente, os

II CIRCUITO REGIONAL

DE PESQUISA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Megatendências, Perspectivas e Desafios na Formação Profissional

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



construtos impulsionam o desempenho estratégico das agências no mercado financeiro.

Palavras-chave: Capacidade Absortiva. Agências Bancárias. Marketing de Relacionamento

E-mails: ale.borges_456@hotmail.com; professora.camilaaguiar1979@gmail.com

