

BANCO POSTAL: UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA CENTRAL DOS CORREIOS DE CASCAVEL - PR

Eliane Welter Minetto¹
Cárliton Vieira dos Santos²
Marcos Wagner da Fonseca³

Resumo: O objetivo principal do presente trabalho foi analisar as consequências da implantação do Banco Postal para a Agência Central dos Correios de Cascavel - PR no que tange à receita, geração de emprego e produtividade da mão de obra, bem como identificar o perfil dos usuários da Agência. A análise foi realizada com base nos dados da Agência Central dos Correios de Cascavel - PR e em outros dados secundários. Foi realizada também uma pesquisa primária, entre os dias 1.º e 30 de setembro de 2007, com a aplicação de questionários a uma amostra de 267 usuários dos serviços do Banco Postal. Constatou-se que embora tenha ocorrido um aumento no volume de serviços, a receita com os serviços bancários representa ainda uma parcela pequena no faturamento da Agência. Outro fator que ficou evidenciado foi o aumento da produtividade média da mão de obra dos funcionários da Agência. Identificou-se também que a localização central é um dos fatores indutores da escolha da Agência Central dos Correios de Cascavel pelos usuários para a prestação de serviços bancários e que a falta de estacionamento e de um ponto de informação na entrada da Agência são as principais deficiências apresentadas, de acordo com a opinião dos usuários.

Palavras-chave: Correspondentes Bancários; Banco Postal; Correios; Cascavel.

Abstract: The main purpose of this paper was to analyze the consequences of the Banco Postal deployment for the Central Agency for Post (Brazilian Post Office) of Cascavel - PR in relation to billing, employment generation and labor productivity as well as identify the profile of Agency users. The analysis was based on data from the Central Agency for Post of Cascavel - PR and other secondary data. It also held a primary research, between day 1th and September 30, 2007, with the application of questionnaires to a sample of 267 users of the Banco Postal services. It was found that although an increase in the services volume, the earnings from banking services still represents a small portion of the billing agency. Another factor that was highlighted was that increased the average labor productivity officials of the Agency. It was also the central location is one of the factors inducing the use of the Central Agency for Post of Cascavel for the provision of banking services and the lack of parking and a information point in the entry of the Agency are the main shortcomings outlined, according to the users views.

Keywords: Correspondent Banking; Banco Postal; Post Office; Cascavel.

¹ Economista pela UNIOESTE - Campus de Cascavel. E-mail: elianeminetto@bol.com.br.

² Professor da UNIOESTE - Campus de Cascavel. Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Economia Aplicada (GPEA). E-mail: carlitosantos@uol.com.br.

³ Professor da UNIOESTE - Campus de Cascavel. Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Economia Aplicada (GPEA). E-mail: mwfonseca@uol.com.br.

1 INTRODUÇÃO

O grau de bancarização da população no Brasil é considerado baixo se comparado com o de outros países. Os dados disponíveis revelam que enquanto no Brasil o percentual de bancarização girava em torno de 20% a 23% em 1995, por exemplo, na Holanda e nos Estados Unidos era de 76% e 74%, respectivamente. De acordo com o Mckinsey Global Institute (1998), o baixo nível de renda faz com que muitas famílias brasileiras não tenham conta corrente em banco, o que explica o baixo grau de bancarização apresentado no Brasil.

Na tentativa de reverter esse quadro, o Banco Central do Brasil (BACEN) criou a figura do chamado Correspondente Bancário. O Correspondente Bancário é toda e qualquer empresa contratada por bancos múltiplos, bancos comerciais, bancos de investimento, sociedade de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito imobiliário, associações de poupança e empréstimo, empresas integrantes ou não do Sistema Financeiro Nacional, para prestar serviços à comunidade em seu nome, com critérios por eles estabelecidos (CAIXA, 2005).

De acordo com Rocha (2004), o serviço de Correspondente Bancário no Brasil foi criado dentro do Programa Nacional de Desburocratização do Governo Federal, através do Decreto 83.740 de 18/07/1979, e regulamentado pela resolução 2.707, do Banco Central do Brasil (BACEN), em março de 2000. Essa resolução foi revogada em 2003, através da resolução 3.110/2003, que consolidou em um único normativo as regras atinentes à contratação de correspondentes no País por parte das instituições financeiras, objetivando facilitar a consulta e o entendimento a respeito do assunto. A resolução 3.156/2003 estendeu a contratação de correspondentes no País às outras instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil e até então não contempladas com aquela regulamentação.

Na atualidade, praticamente todos os municípios brasileiros são atendidos por algum correspondente bancário, seja através dos estabelecimentos comerciais e das mais de 8,9 mil casas lotéricas, que prestam serviços para a Caixa Econômica Federal (CEF); seja pelo Banco Postal, que se caracteriza pela utilização da rede de atendimento da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), que presta serviços de correspondente bancário em parceria com o Banco Bradesco.

De acordo com Kumar et al. (2006), o Banco Postal no Brasil emergiu a partir de uma concorrência pública promovida pelo ECT em 2001, da qual o vencedor foi o Bradesco. Porém, o funcionamento efetivo teve início em março de 2002, com a inauguração da

primeira agência na cidade de São Francisco de Paula, em Minas Gerais. No final de 2005 já existiam, segundo Luca (2006), 5.470 agências do Banco Postal em funcionamento. Desde a implantação do Banco Postal no Brasil, pouco se estudou sobre os resultados e impactos deste processo, seja pelo lado da estratégia de mercado, da participação das receitas com os serviços bancários comparativamente aos serviços postais, como da adaptação de tecnologias disponíveis para o funcionamento do sistema, perfil desse público alvo, etc.

De maneira geral, sabe-se que os clientes do Banco Postal possuem uma série de vantagens quando comparadas a outros bancos, como: tarifas reduzidas na manutenção da conta corrente, não exigência de renda mínima ou patrimônio para abertura de conta, horário ampliado de atendimento - pois as agências dos Correios funcionam de segunda-feira à sexta-feira, com horário diferenciado, das 9 as 17 horas, e nos sábados das 9 até as 13 horas - dentre outras.

De acordo com Rodrigues (2006), no ano de 2004 o Banco Postal movimentou mais de R\$ 1 bilhão em empréstimos, fazendo com que os Correios faturassem R\$ 130 milhões com o produto. Com a ajuda do Banco Postal, os Correios tiveram, em 2004, um lucro de R\$ 400 milhões, o segundo maior de sua história.

Diante do exposto, e considerando a importância econômica que os correspondentes bancários passaram a ter no mercado financeiro brasileiro e a quase ausência de estudos sobre o tema no Brasil, pretendeu-se, neste artigo, contribuir com esta temática abordando alguns impactos da implantação do Banco Postal numa agência dos Correios localizada em Cascavel, Oeste do Paraná.

O objetivo central deste artigo é, portanto, analisar as consequências da implantação do Banco Postal para a Agência Central dos Correios de Cascavel - PR, no que tange a receita, geração de emprego e produtividade da mão de obra, bem como identificar o perfil dos usuários da Agência.

Além desta introdução, o presente artigo é composto de mais quatro seções. A segunda contém informações sobre a implantação do Banco Postal em Cascavel - PR, a fim de melhor caracterizar o objeto de estudo. A terceira descreve a metodologia empregada. Na quarta seção, são apresentados e discutidos os resultados. A quinta e última seção, contém as considerações finais.

2 A AGÊNCIA SOB ESTUDO

Para a implantação do Banco Postal na Agência Central dos Correios de Cascavel, no estado do Paraná, foram implementadas inúmeras modificações na Agência, sendo que a principal delas ocorreu nos guichês de atendimento. Os funcionários que prestavam serviços para a Agência Central dos Correios de Cascavel antes do Banco Postal eram terceirizados, contratados por meio de um convênio firmado com a Sociedade Beneficente dos Paraplégicos de Cascavel (SBPC). No processo de implantação do Banco Postal foi realizada a substituição dos mesmos por empregados da própria Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), remanejados das cidades de pequeno porte da região. Os terceirizados passaram a prestar serviços em outros setores da ECT, como administrativo e operacional, sendo que alguns foram realocados para outras empresas, como a Companhia Paranaense de Energia (COPEL) e a Companhia de Saneamento do Paraná (SANEPAR).

Após todas as adaptações necessárias, no dia 24 de outubro de 2002 a primeira agência do Banco Postal da cidade de Cascavel iniciou suas atividades. Os funcionários da Agência Central dos Correios haviam sido previamente treinados e os novos equipamentos de informática instalados para os novos tipos de serviços oferecidos, os bancários.

A implantação do Banco Postal representou um claro aumento no volume de trabalho, porém não resultou em aumento do quadro funcional da Agência Central dos Correios de Cascavel. A equipe composta por 19 funcionários que prestavam serviços antes da implantação do Banco Postal não foi alterada, houve apenas o remanejamento dos mesmos ao longo do processo de mudança.

A implantação do Banco Postal na Agência Central dos Correios de Cascavel também exigiu melhorias físicas na unidade, como: implantação do Sistema de Gerenciamento de Atendimento (SGEA), permitindo mensurar a quantidade de atendimentos efetuados diariamente, por categoria; houve a instalação de ar condicionado e poltronas para maior conforto e comodidade aos usuários; além da reforma e ampliação interna da unidade.

3 METODOLOGIA

Para analisar as consequências da implantação do Banco Postal sobre a receita da Agência Central de Correios de Cascavel foram levantados dados junto à ECT e organizados de modo a permitir observar a evolução das receitas no ano de 2006 – último dado disponível

no momento da realização da pesquisa – diferenciando a parcela oriunda dos serviços bancários e aquela oriunda dos serviços postais. Quanto ao impacto sobre o emprego, foi calculada a produtividade total média da mão de obra utilizando dados obtidos por meio dos demonstrativos financeiros e do Sistema de Gerenciamento de Atendimento (SGEA) da Agência.

Com relação à identificação do perfil dos usuários da Agência, foi aplicado um questionário a 267 usuários, conforme Anexo, sob a forma de entrevista pessoal, na qual o pesquisador fez as perguntas diretamente ao entrevistado, por amostragem. Para garantir a aleatoriedade e imparcialidade dos dados, os questionários foram aplicados durante todo o mês de setembro de 2007, tendo em vista que os fluxos de movimentação, bem como os diversos tipos de serviços se distribuem de forma desigual ao longo do mês. Para determinar o tamanho da amostra foi utilizada a equação a seguir, baseada em Hoffmann (1991):

$$n = \frac{Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}{e^2}$$

Sendo: n = tamanho da amostra (que se deseja determinar);

Z = valor da distribuição normal padrão para o nível de confiança escolhido;

\hat{p} = estimativa da percentagem com a qual o fenômeno de interesse se verifica;

\hat{q} = estimativa da percentagem complementar, ou seja, $\hat{q} = 1 - \hat{p}$;

e = erro máximo permitido.

Adotou-se um nível de confiança de 95%, o que implicou considerar $Z = 1,96$. Por essa razão assumiu-se um erro máximo permitido de 6% e, por não existirem estimativas prévias sobre \hat{p} e \hat{q} , admitiu-se o valor de 0,5 para ambos, seguindo procedimento padrão adotado na literatura para tais situações, o que maximiza o valor de n .

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Receita dos serviços prestados pela Agência Central dos Correios

Com base nos dados obtidos junto à ECT referentes ao ano de 2006, observa-se que os serviços bancários representaram uma pequena parcela (aproximadamente 4%) da receita total da Agência Central de Correios de Cascavel, enquanto os serviços postais representaram 96% do total, aproximadamente, conforme mostra a Tabela 1.

TABELA 1 – Receita da Agência Central dos Correios de Cascavel em 2006

Meses	Receita com serviços postais	Receita com serviços bancários
Janeiro	112.522,21	4.974,21
Fevereiro	109.850,69	4.840,40
Março	329.099,83	6.038,12
Abril	111.187,25	4.845,60
Maiο	150.700,79	5.344,67
Junho	122.123,68	7.713,77
Julho	127.840,38	5.173,04
Agosto	136.232,87	6.119,40
Setembro	144.714,29	6.801,38
Outubro	121.332,95	6.301,34
Novembro	122.864,26	5.494,36
Dezembro	137.845,93	5.413,85
TOTAL	1.726.315,10	69.060,14

Fonte: Agência Central dos Correios de Cascavel (2006).

No mês de março de 2006, conforme dados da Tabela 1, houve um acréscimo na receita com os serviços postais de aproximadamente 196% com relação à média dos dois primeiros meses, e aproximadamente 159% em relação à média dos demais meses. Esse desempenho é resultado da postagem dos carnês de IPTU/Taxa de Lixo realizada pela Prefeitura Municipal de Cascavel. Por outro lado, os serviços bancários no mês de junho apresentaram um acréscimo na receita de 48% em relação à média dos meses anteriores, tendo sido o mês de maior receita com esse tipo de serviço no ano, sendo esta 38% superior à média dos demais meses. Esse desempenho expressivo dos serviços bancários ocorrido em junho de 2006 se deve ao repasse financeiro realizado pelo Banco Bradesco à ECT relativo ao reajuste de tarifas ocorrido no 1º. trimestre de 2006 e que ainda não havia sido repassado aos Correios.

Na Tabela 2 está detalhado o tipo e a quantidade de serviços bancários prestados pela Agência Central dos Correios de Cascavel durante o ano de 2006. Nota-se que os principais serviços prestados foram, em número de atendimentos: recebimento de títulos, depósito em conta corrente, saque INSS e extrato INSS.

TABELA 2 – Número de atendimentos bancários realizados pela Agência Central dos Correios de Cascavel, em 2006, por tipo de serviço e por mês

Serviços	Meses												Média	Total
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez		
Abertura C/C	83	76	129	73	96	75	54	90	74	79	67	62	79,84	958
Depósito C/C	474	385	464	439	448	375	384	475	438	402	346	296	410,50	4926
Dep. poupança	77	61	55	49	51	54	50	60	50	49	69	51	56,33	676
Empréstimo	1	9	2	4	5	2	3	4	0	0	5	0	2,91	35
Extrato C/C	212	273	282	262	257	270	269	266	260	258	213	231	252,91	3035
Extrato poupança	23	17	9	11	23	19	16	19	18	20	20	19	17,83	214
Extrato INSS	402	460	435	436	401	404	403	417	0	427	394	377	379,67	4556
Pag. cheque	6	0	7	15	15	0	0	16	0	0	0	0	4,91	59
Receb.	198	221	238	228	281	245	316	273	270	276	247	281	256,17	3074
Receb. DARF*	33	39	43	42	39	42	35	47	43	40	52	32	40,58	487
Receb. GPS**	34	27	25	30	40	36	44	47	46	51	39	38	38,08	457
Receb. títulos	1724	1764	2122	1910	1933	2009	2064	2208	2436	2667	2250	2376	2121,91	25463
Receb. tributo	3	8	5	8	26	11	16	21	18	16	13	16	13,41	161
Empréstimo	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0,25	3
Saque C/C	229	247	305	269	223	255	263	253	238	223	202	234	245,08	2941
Saque poupança	71	71	84	69	88	78	66	73	77	81	62	86	75,50	906
Saque INSS	389	449	429	420	391	406	396	407	410	424	376	391	407,34	4888
Recibo	43	54	67	64	56	46	39	56	47	38	21	30	46,75	561

Fonte: Agência Central dos Correios de Cascavel (2006).

Notas: (*) Documento de Arrecadação da Receita Federal; (**) Guia de Previdência Social; (***) Saque quando o cliente não possui talão de cheque ou cartão.

No âmbito nacional, a abertura de conta corrente no Banco Postal também merece destaque, pois tem sido muito maior do que a quantidade aberta no próprio Banco Bradesco. Enquanto que o Bradesco abriu cerca de 2 milhões de contas correntes no período de 2002 a 2006, o Banco Postal atingiu os 5 milhões de contas abertas no mesmo período, conforme aponta Rodrigues (2006). Um dos fatores que contribuíram para este fato é que no Banco Postal não é exigido do cliente comprovante de renda, e o custo da manutenção da conta é menor do que o praticado por outros bancos. De acordo com França (2007), no Banco Postal, o custo mensal de manutenção de conta em 2006 foi de R\$ 4,80, enquanto nas agências próprias do Bradesco a tarifa era de R\$ 8,80, e em outros bancos (Nossa Caixa, CEF, Itaú, Mercantil do Brasil e Banco Rural) essa taxa oscilava entre R\$ 7,50 a R\$ 20,00.

Outros serviços bancários que de destaque na Agência, no período analisado, foram os recebimentos de títulos e os depósitos em conta corrente que são efetuados por pessoas físicas e, principalmente, pessoas jurídicas, que aproveitam o horário diferenciado para realizar os referidos serviços, após o fechamento das agências bancárias. Com relação aos extratos e saques do INSS, o volume se refere aos aposentados, que aproveitam o horário diferenciado

do Banco Postal e a facilidade de ser atendido pessoalmente e não por uma máquina de autoatendimento.

Observa-se, por outro lado, que a concessão de empréstimos constituiu-se um dos serviços que teve menor representatividade no total de atendimentos. Apesar da divulgação deste serviço por meio de envio de correspondências para os correntistas, o volume de solicitação de empréstimos não apresentou aumento, tendo como uma das razões o fato de a taxa de juros praticada pelo Banco Postal (em torno de 4,75% a.m.) se assemelhar às praticadas pelos demais bancos – no próprio Bradesco a taxa era de 5,53%, em 2006, no Banco Rural era de 5,47%, no Banco Mercantil de 3,94%, e na CEF de 4,03%, conforme BACEN (2007).

Verificou-se, ainda, que o recebimento de tributos em 2006 na Agência sob estudo também foi pequeno, em comparação com o recebimento dos demais títulos. Conforme levantamentos realizados, isto ocorreu devido, provavelmente, a pouca divulgação e ao fato da população estar habituada a pagar tributos apenas em bancos estaduais ou federais. O Banco Postal vem tentando mudar esta realidade pela divulgação deste serviço junto aos usuários, pois recebe qualquer boleto até o vencimento, contanto que esteja dentro do limite de valor estabelecido no Termo de Abertura, que é de R\$ 500,00.

4.2 Produtividade da mão de obra

Com o Sistema de Gerenciamento de Atendimento (SGEA), constatou-se que o total de atendimentos na Agência Central dos Correios de Cascavel em 2006 foi de 110.282. Apesar dos serviços bancários responderem por 28,31% do número de atendimentos realizados pela Agência naquele ano, conforme Tabela 3, não houve a contratação de novos atendentes após a implantação do Banco Postal. A Agência continuou com o mesmo quadro de funcionários que possuía antes da implantação do Banco Postal, ou seja, 19 funcionários trabalhando em setores diferenciados: guichês de atendimento, expedição, contratos, registrados, tesouraria, administrativo e gerência.

A variação no número de atendimentos gerados antes e após a implantação do Banco Postal na Agência Central dos Correios de Cascavel não tem como ser medida de maneira precisa, pois o SGEA foi implantado na Agência somente no final de 2004, enquanto que o início das atividades dos serviços bancários ocorreu em outubro de 2002. Antes da Agência Central dos Correios de Cascavel se tornar um Banco Postal não havia um sistema de controle do número de atendimentos na Agência, e assim permaneceu nos dois primeiros anos de funcionamento do Banco Postal; porém, é notório, conforme levantamento informal realizado

junto a funcionários da agência, que houve um acréscimo no número de atendimentos na unidade devido à incorporação dos serviços bancários.

TABELA 3 – Total de atendimentos na Agência Central dos Correios em 2006, por categoria

N.º categoria	Categoria	Atendimento	Não registrado*
1	Atendimento preferencial	10.398	1.306
2	Serviços postais	67.793	4.150
3	Serviços bancários	31.221	2.231
4	Contratos	254	97
5	Inscrições concursos	195	108
6	Interno/Apoio	421	45
TOTAL		110.282	7.937

Fonte: Agência Central dos Correios de Cascavel (2006).

Nota: (*) Usuários que retiraram senha para aguardar atendimento, mas não aguardaram o atendimento.

Para se ter uma idéia da desta variação no número de atendimentos anterior e posterior à implantação do Banco Postal, supôs-se que antes os funcionários realizavam em média 36 atendimentos diários. Para se estabelecer este valor para a produtividade média dos funcionários, em termos de atendimentos, a base usada foi o número total de atendimentos realizados em 2006, excluindo-se desse total o número de atendimentos da categoria serviços bancários, apresentado na Tabela 3. O pressuposto adotado foi que o número de atendimentos exclusivamente postais antes e após a implantação do Banco Postal manteve-se o mesmo (ou que as diferenças não foram expressivas). Para se calcular a produtividade média após a implantação do Banco Postal, considerou-se o total de atendimentos em 2006 e o número de funcionários, o que resultou numa produtividade média de 51 atendimentos diários.

Outro dado que chama atenção é o número de atendimentos preferenciais, que apresentou uma média de 758 ao mês, sendo que estes se referem apenas a deficientes, gestantes e usuários com crianças de colo. Os aposentados que se dirigem à Agência sob estudo para sacar os benefícios do INSS no início do mês não tiram senha preferencial devido à existência de guichês exclusivos para este tipo de atendimento na parte da manhã, por isso, não são computados no atendimento preferencial.

A quantidade de senhas retiradas para a opção inscrição de concursos também é pequena. Este fato é consequência das inscrições poderem ser feitas pela internet, na maioria dos casos, com os candidatos apenas efetuando o pagamento da taxa de inscrição em alguma agência bancária, nos casos em que não optam também pelo pagamento via internet. A

categoria interno/apoio se refere aos serviços internos da própria agência ou apoio ao setor de contratos, que é um setor que trabalha apenas com serviços postais de grandes clientes, como Prefeitura, Tribunal de Justiça, Justiça Federal, Receita Federal, Banco do Brasil, CEF, entre outros órgãos públicos. Já a categoria contratos, apresenta uma representatividade pequena (menos de 1% do total de atendimentos), pois a maioria desses clientes são atendidos sem a contabilização no SGEA, tais clientes apenas deixam as postagens no setor, sendo que os comprovantes do faturamento são encaminhados posteriormente.

A quantidade de atendimentos não registrados, mostrado na última coluna da Tabela 3, se refere ao percentual de usuários que retiraram senha e não foram atendidos (6,72%). Os motivos que levaram os usuários a desistirem de esperar pelo atendimento não podem ser apontados, pois esses clientes simplesmente não compareceram quando chamados pelo painel.

4.3 Perfil dos usuários e avaliação da qualidade dos serviços prestados

Com base nas respostas dos entrevistados nos questionários aplicados no mês de setembro de 2007, procurou-se traçar o perfil dos usuários que utilizam os serviços prestados pela Agência Central dos Correios de Cascavel. Os resultados desta avaliação são apresentados e discutidos nesta subseção.

Na Figura 1, constata-se que dos 267 entrevistados apenas 37% são do sexo feminino e 63% do sexo masculino. Esta diferença ocorre, principalmente, porque a maioria dos usuários que realizam os serviços externos para as empresas são do sexo masculino (*office-boys*), constituindo-se parcela expressiva dos usuários dos serviços da Agência.

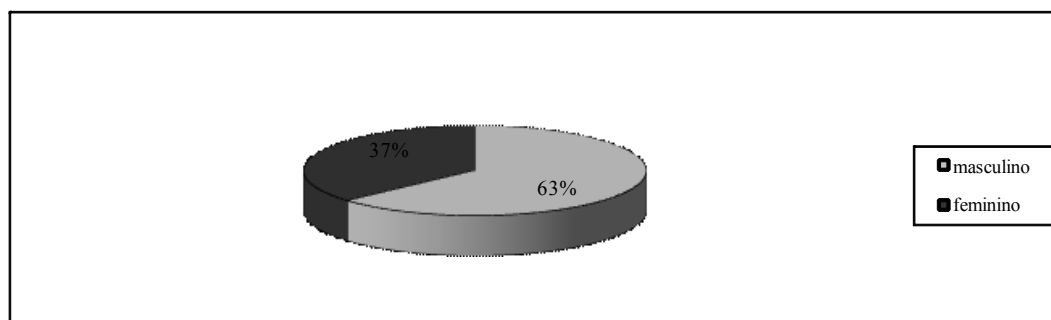


FIGURA 1 – Perfil dos usuários dos serviços da Agência Central dos Correios de Cascavel quanto ao sexo. Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação à faixa etária dos usuários (Figura 2) observa-se que 36% dos entrevistados se encontram na faixa dos 26 aos 40 anos. Este percentual pode ser consequência do fato de que grande parte da população dessa faixa etária encontra-se no mercado de trabalho; após os 40 anos, porém o mercado tende a ser mais seletista na contratação do trabalhador e, conforme salientado, trabalhadores representam uma parcela expressiva dos usuários da Agência Central dos Correios de Cascavel. A parcela dos entrevistados até 25 anos, de 41 a 50 anos e acima de 61 anos representam 17% cada uma. Os usuários que possuem entre 51 e 60 anos representam apenas 13% dos entrevistados.

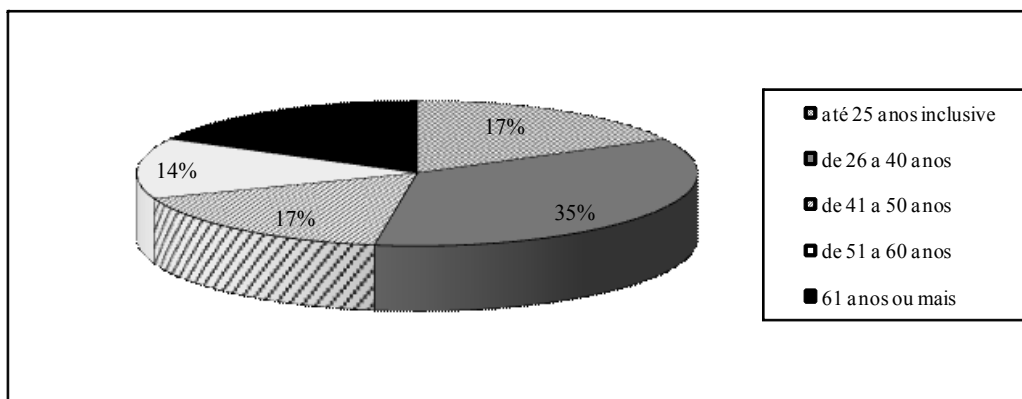


FIGURA 2 – Faixa etária dos entrevistados. Fonte: Dados da pesquisa.

Na Figura 3, verifica-se o tipo de serviço que o usuário realiza na Agência Central dos Correios de Cascavel. Com base no total de entrevistados, observa-se que o tipo de serviço com maior representatividade ainda é o postal, que sozinho responde por 56% do total dos serviços utilizados pelos usuários da Agência em questão. Os serviços bancários respondem sozinhos por apenas 28% do total, sendo que 16% dos usuários utilizam ambos os serviços (postal e bancário).

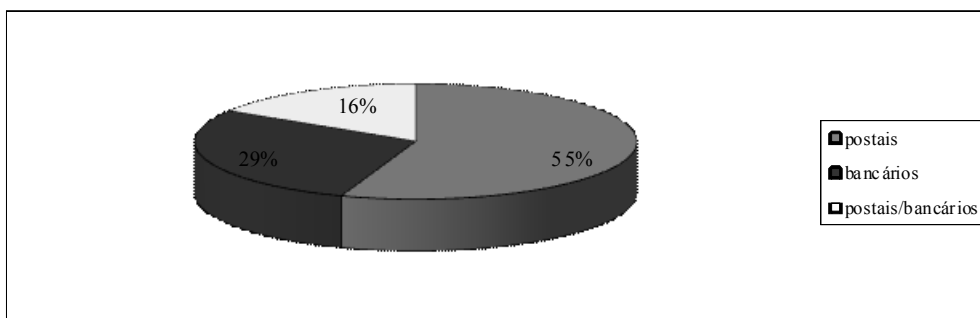


FIGURA 3 – Tipo de serviço utilizado pelos entrevistados. Fonte: Dados da pesquisa.

O grau de escolaridade dos entrevistados é mostrado na Figura 4. Pode-se observar que 38% (101 usuários) do total de usuários entrevistados possuem o 2º. grau completo. Os usuários que estão cursando ou concluíram o 3º. grau representam 24% dos entrevistados; 12% possuem o 2º. grau incompleto, enquanto 10% possuem o 1º. grau incompleto e os que possuem o 1º. grau completo correspondem a 8%. Os analfabetos somam 7% e os usuários que possuem escolaridade superior ao 3º. grau representam apenas 1% (2 usuários) do total de entrevistados.

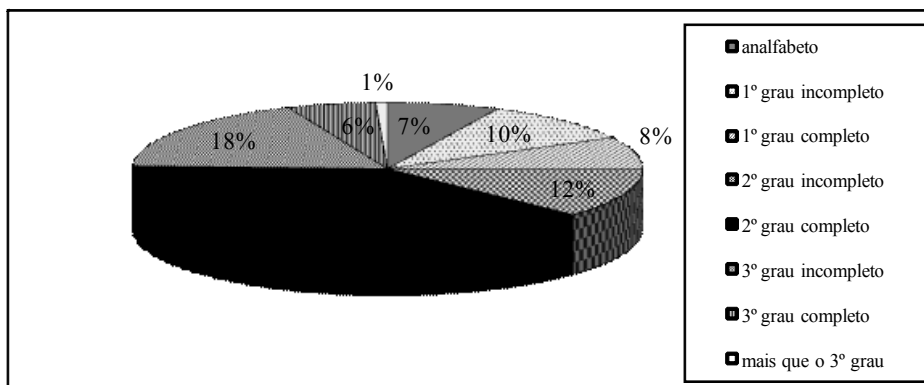


FIGURA 4 – Escolaridade dos entrevistados. Fonte: Dados da pesquisa.

Com base na Figura 5, verifica-se que 39% dos usuários entrevistados utilizam os serviços da Agência Central dos Correios de Cascavel ao menos uma vez por semana, enquanto 22% dos usuários utilizam os serviços uma vez por mês, 21% dos entrevistados utilizam os serviços diariamente e 12% a cada quinze dias. Os 6% restantes dos usuários entrevistados representam os que utilizam o serviço a cada dois meses.

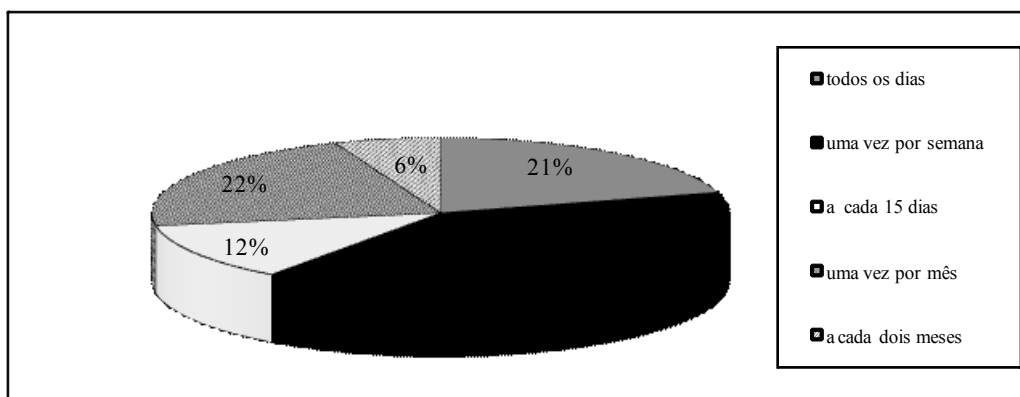


FIGURA 5 – Frequência com que os entrevistados utilizam os serviços da Agência. Fonte: Dados da pesquisa.

Ao cruzar os resultados das variáveis sexo e serviços utilizados, mostrados na Tabela 4, constata-se que 51% dos usuários entrevistados do sexo masculino (86 pessoas) utilizam somente os serviços postais; 30% (50 pessoas) usam apenas os serviços bancários e 19% (33 pessoas) utilizam conjuntamente os serviços postais e bancários disponibilizados pelo Banco Postal. Já com relação ao sexo feminino se observa que 63% (62 pessoas) realizam somente serviços postais, 27% (26 pessoas) utilizam apenas os serviços bancários, e somente 10% (10 pessoas) usam conjuntamente serviços postais e bancários.

TABELA 4 – Serviços utilizados pelos entrevistados conforme o sexo, em número de respondentes, em 2007

Sexo	Serviços utilizados			Total
	Postais	Bancários	Postais/Bancários	
Masculino	86	50	33	169
Feminino	62	26	10	98
Total	148	76	43	267

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao se analisar a Tabela 5, que trata da classificação da qualidade dos serviços de acordo com o sexo, nota-se que o sexo masculino é mais exigente em relação ao atendimento, visto que 60% (101 pessoas) aprovam os serviços, 37% (63 pessoas) o consideram é regular, e 3% (5 pessoas) desaprovam os serviços prestados pelo Banco Postal. No caso do sexo feminino, 79% (77 pessoas) das entrevistas aprovam os serviços ofertados pelo Banco Postal; 21% (21 pessoas) o consideram regular, e não houve nenhuma manifestação de desaprovação.

TABELA 5 – Classificação da qualidade dos serviços em relação ao sexo dos entrevistados, em número de respondentes, em 2007

Sexo	Classificação/qualidade dos serviços			Total
	Aprovam*	Regular	Não aprovam**	
Masculino	101	63	5	169
Feminino	77	21	0	98
Total	178	84	5	267

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: (*) Soma das respostas ótimo e bom. ** Soma das respostas ruim e péssimo.

Com base nos dados da Tabela 6, verifica-se que os usuários com o 1º. grau incompleto possuem maior índice de aprovação dos serviços prestados, ou seja, 77,78% (21 pessoas); enquanto que 22,22% dos entrevistados (6 pessoas) com este nível de escolaridade

consideram o serviço regular. Para os usuários que possuem maior qualificação 76,47% (13 pessoas) aprovam os serviços e 23,53% (4 pessoas) classificam como regular os serviços prestados. Já para os analfabetos, que representam 7% do total dos entrevistados, esses serviços são apenas aprovados para 63,16% do contingente (12 pessoas); regular para 31,58% (6 pessoas) e 5,26% (1 pessoa) não aprovam os serviços. Entre os entrevistados não houve nenhum cliente que classificasse os serviços prestados como péssimo.

TABELA 6 – Classificação dos serviços com base na escolaridade dos entrevistados, em número de respondentes, em 2007

Escolaridade	Classificação dos serviços			Total
	Aprovam**	Regular	Não aprovam***	
analfabeto	12	6	1	19
1º. grau incompleto	21	6	0	27
1º. grau completo	16	5	0	21
2º. grau incompleto	19	12	1	32
2º. grau completo	67	32	4	103
3º. grau incompleto	28	19	1	48
maior qualificação*	13	4	0	17
Total	176	84	7	267

Fonte: Dados da pesquisa.

* Soma da graduação completa e pós-graduação.

** Soma das respostas ótimo e bom. *** Soma das respostas ruim e péssimo.

Os entrevistados, quando questionados sobre o que deveria melhorar no atendimento da Agência Central dos Correios de Cascavel, divergiram consideravelmente nas respostas: para os homens, o item que teve maior representatividade foi a opção “outros”, com 43,78% (74 pessoas) do total dos entrevistados; enquanto para as mulheres, este item representou apenas 18,36% (18 pessoas), conforme mostra a Tabela 7. A diferença de 25,42 pontos percentuais entre os respondentes do sexo masculino e feminino a esta questão se deve ao fato, conforme já explicitado anteriormente, de que grande maioria dos usuários que utiliza os serviços da Agência Central dos Correios de Cascavel é do sexo masculino (office-boys), sendo que a sugestão de melhoria mais citada entre os respondentes foi a disponibilização de estacionamento. Entre as entrevistadas, 36,73% (36 pessoas) acham importante um ponto de informação na entrada, enquanto que apenas 18,34% (31 pessoas) dos homens entrevistados consideram esta opção necessária. Tanto para os homens como para as mulheres aumentar o número de atendentes tem pouca relevância, 17,75% (30 pessoas) e 17,34% (17 pessoas),

respectivamente. Com relação à segurança, o público feminino sinaliza com 13,26% (13 pessoas), enquanto que o masculino aponta 8,87% (15 pessoas) de importância. O item que teve menor relevância refere-se ao preparo dos atendentes: apenas 2,04% (2 pessoas) de participação no total das respostas para as mulheres e 4,14% (7 pessoas) para os homens. Tanto os entrevistados do sexo masculino como os do sexo feminino não consideram de muita importância a disponibilização de água potável ao público: 7,10% (12 pessoas) e 12,24% (12 pessoas), respectivamente.

TABELA 7 – Melhorias no atendimento conforme o sexo, em número de respondentes, em 2007

Sexo	Melhorias sugeridas						Total
	Segurança	Quantidade de atendentes	Preparo dos atendentes	Ponto de informação	Água	Outros	
Masculino	15	30	7	31	12	74	169
Feminino	13	17	2	36	12	18	98
Total	28	47	9	67	24	92	267

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao relacionar as necessidades de melhorias com a idade (Tabela 8) verifica-se que 34,4% (92 pessoas) dos entrevistados sinalizaram a opção “outros”. Quando perguntados sobre uma sugestão não contemplada nas opções de resposta a maioria sugeriu estacionamento, que foi a sugestão mais apontada pelos entrevistados das 3 primeiras faixas etárias; os mais idosos (acima de 61 anos) se preocupam mais com a segurança e quantidade de atendentes (30,4% do total das respostas dessa faixa etária para essas duas opções de melhoria, correspondendo a 14 pessoas em cada opção). Já para os usuários de 51 a 60 anos o item de maior relevância foi a falta de um ponto de informação na entrada da Agência (33,3% do total desta faixa, correspondendo a 12 pessoas). Preparo dos atendentes foi o item que apresentou menor relevância entre todas as faixas etárias (apenas 3% do total dos entrevistados, ou seja, 8 pessoas), indicando que os usuários se mostram satisfeitos com a qualidade do atendimento que recebem.

TABELA 8 – Melhorias conforme a idade, em número de respondentes, em 2007

Idade	Melhorias sugeridas						Total
	Segurança	Quantidade de atendentes	Preparo dos atendentes	Ponto de informação	Água	Outros	
até 25 anos	1	4	3	9	2	27	46
de 26 a 40	7	16	2	25	9	35	94
de 41 a 50	4	5	1	14	1	20	45
de 51 a 60	2	9	1	12	5	7	36
61 ou mais	14	14	1	7	7	3	46
Total	28	48	8	67	24	92	267

Fonte: Dados da pesquisa.

Constata-se pela Tabela 9 que em torno de 40% dos homens e mulheres entrevistados procuram a Agência Central dos Correios devido à localização. A rapidez e a praticidade, vistas em conjunto, representam fator importante para homens e mulheres, 34,32% e 47,96%, respectivamente, o que corresponde a 58 homens e 47 mulheres na amostra pesquisada. Isto corrobora a afirmação de Rondino (2005) de que a rapidez e agilidade são alguns dos fatores que fazem com que as pessoas busquem os correspondentes bancários para realizarem serviços bancários. A opção “outros” teve 23,67% de relevância (40 pessoas) para o sexo masculino e apenas 6% para o feminino (6 pessoas). Inexistência de porta giratória e maior segurança representaram, em conjunto, 1,77% de relevância para os homens (3 pessoas) e 6,12% para as mulheres (6 pessoas).

TABELA 9 – Preferência pelo atendimento conforme o sexo, em número de respondentes, em 2007

Sexo	Preferência pelo atendimento						Total
	Maior rapidez	Maior praticidade	Maior segurança	Inexistência de porta giratória	Localização central	Outros	
Masculino	15	43	01	02	68	40	169
Feminino	12	35	05	01	39	06	98
Total	27	78	06	03	107	46	267

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos dados da Tabela 10, verifica-se que os serviços bancários mais utilizados pelos usuários entrevistados são pagamentos de títulos e extratos. Recebimento de INSS e saque referem-se basicamente a aposentados que recebem seus benefícios na Agência.

TABELA 10 – Serviços mais utilizados pelos usuários do Banco Postal, em número de respondentes, em 2007

Serviço	Quantidade	Serviço	Quantidade
Saldos	18	Pagamento tributos	3
Extratos	64	Solicitação empréstimo	11
Depósitos	40	Recebimento INSS	32
Pagamentos (luz/telefone)	39	Pagamento títulos	68
Saques	39		

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação aos depósitos, a maioria refere-se a empresas que aproveitam o horário diferenciado para realizar esse tipo de serviço ao final do dia, enquanto nas agências bancárias estaria limitado ao horário de fechamento, em geral, no meio da tarde. O pagamento de tributos e a solicitação de empréstimo possuem procura menor, possivelmente devido à falta de conhecimento dos usuários sobre a prestação destes serviços. Diversos usuários realizam mais do que um tipo de serviço, o que faz com que a soma dos valores da tabela seja superior ao total de entrevistados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi analisar as consequências da implantação do Banco Postal para a Agência Central dos Correios de Cascavel - PR, no que tange a receita, geração de emprego e produtividade da mão de obra, bem como identificar o perfil dos usuários da Agência.

Foi possível constatar que embora o volume de serviços tenha aumentado consideravelmente com a implantação do Banco Postal, a receita com os serviços bancários representou uma parcela pequena da receita total da Agência Central dos Correios de Cascavel, tendo correspondido a 4% do faturamento em 2006, ficando o restante (96%) do faturamento a cargo dos serviços postais.

A análise empreendida no estudo sinaliza aumento na produtividade média da mão de obra empregada na Agência Central dos Correios de Cascavel no ano de 2006, uma vez que as evidências indicam expressivo aumento no número de atendimentos na Agência sem que tenha ocorrido alteração no número de funcionários.

O levantamento realizado junto aos usuários da Agência Central dos Correios por meio da aplicação de questionário permite concluir que a grande maioria deles é do sexo masculino e se encontra na faixa dos 26 aos 40 anos, tendo grau de escolaridade que pode ser

considerado mediano. Constatou-se também que a maioria dos usuários utiliza a Agência exclusivamente para a realização de serviços postais; porém, parcela expressiva (44%) faz uso de algum serviço bancário prestado pela Agência. Os principais motivos que levam os usuários a realizar serviços bancários na Agência em questão em vez de realizá-los numa agência bancária convencional são, segundo os entrevistados, a sua localização central e a maior praticidade e agilidade. Os usuários do Banco Postal, em sua grande maioria, mostraram-se satisfeitos com os serviços prestados pela Agência; porém, apontaram como principais necessidades de melhoria a disponibilização de estacionamento para usuários, seguido de ponto de informação na entrada do local.

Por fim, chama-se atenção do leitor para alguns outros aspectos importantes na interpretação dos resultados. Primeiro, a presente pesquisa constitui-se um estudo de caso, portanto, generalizações devem ser evitadas. Segundo, a Agência Central dos Correios de Cascavel está localizada no centro da cidade, havendo nas proximidades várias agências bancárias, o que pode explicar, ao menos em parte, a baixa representatividade dos serviços bancários no total de receitas da Agência.

Provavelmente uma Agência do Banco Postal localizada num bairro populoso longe do centro da cidade e onde não haja agências bancárias circunvizinhas apresente maior participação dos serviços bancários no total da sua receita auferida. Terceiro, a Agência Central dos Correios de Cascavel já possui certa tradição em atender um grande número de empresas que lá realizam serviços postais, e que pouco demandam os serviços bancários prestados pela Agência, cuja tradição em ofertá-los é menor; isto explica também, em parte, a pequena participação dos serviços bancários na receita total da Agência em questão. Para trabalhos futuros, sugere-se a realização de estudos que retratem outras agências do Banco Postal para efeito de comparação com os resultados do presente estudo.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA CENTRAL DOS CORREIOS DE CASCAVEL. **Relatório mensal**. Cascavel: Agência Central dos Correios de Cascavel: Coordenadoria Financeira (COFIN), 2006. (Mimeo).

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Taxas de operações de crédito**. 2007. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/TAXACRED>> Acesso em: 18 ago. 2007.

CAIXA. **Correspondente Caixa Aqui**. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.caixa.gov.br/atendimento/como_ser_correspondente_bancario.asp>. Acesso em: 21 set. 2006.

FRANÇA, P.H. Tarifas bancárias têm diferença de até 259%. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 04 abr. 2007.

HOFFMANN, R. **Estatística para economistas**. São Paulo: Pioneira, 1991.

KUMAR, A.; NAIR, A.; PARSONS, A.; URDAPILLETA, E. **Expanding bank outreach through retail partnerships**: correspondent banking in Brazil. Washington, D.C.: The World Bank, 2006. 50 p. (World Bank. Working Paper, 8

LUCA, L. Banco Postal faz parceria com franquias. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 13 mar. 2006. Folha Finanças e Mercado, p. 2.

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **Produtividade**: a chave do desenvolvimento acelerado no Brasil. São Paulo: Mckinsey & Co., 1998.

ROCHA, J. Bancos chegam aos menores municípios. **Valor Econômico**, São Paulo, 10 nov. 2004.

RODRIGUES, L. Banco Postal atinge cinco milhões de contas. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 19 jun. 2006.

ROUNDINO, R. Em seis anos, Banco Postal e Bradesco abrem 4 milhões de novas contas. **Valor Econômico**, São Paulo, 30 ago. 2005.