Referências bibliográficas

MOUTINHO, Adriano M.; SILVA, Viviane S.R. Aplicação do Algoritmo de Categorização FCM e avaliação das Medidas de Validação ICC e CS, 2002. Disponível em <http://www.adrianomoutinho.com/trabalhos/fcm_com_testes_de_icc_e_cs.pdf>. Acesso em jan. 2008.

OLIVEIRA, Anemari. A Fidelização dos Clientes na Visão dos Gerentes de Relacionamento das Agências do Banco do Brasil em Curitiba, Trabalho de conclusão de cursos – Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

BRANCO, Antonio C.S. Geração de Fuzzy Queries para Mineração de Dados, Trabalho de conclusão de cursos – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

MATIAS, Antonio Jacinto. Tendências do Setor Bancário; 1997; disponível em <<http://www.bb.com.br/portallbb/page1,138,2514,0,0,1,6.bb?codigoNoticia=6711&codigoMenu=5253&bread=1&codigoRet=5255>>. Acesso em jan. de 2008.

FUNG, Glenn. A Comprehensive Overview of Basic Clustering Algorithms, 2001. Disponível em <<http://www.cs.wisc.edu/~gfung/clustering.pdf>>. Acesso em set. de 2004.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

TOLEDO, Geraldo Luciano. Marketing Bancário: análise, planejamento e processo decisório. São Paulo: Atlas, 1978.

BEZDEK, James C. Pattern Recognition with Fuzzy Objective Function Algorithms. New York, 1981.

ROSA, J.M.C.; TANSCHKEIT, Ricardo; VELLASCO, Marley M.B.R.; ZANINI, A.; KLEIN, C.H.; BLOCH, K.V.; NOGUEIRA, A.R.; SALIS, L.H.; SOUZA E SILVA, N.A. Aplicação de Fuzzy Clustering a Banco de Dados de Amostra Domiciliar da População da Ilha do Governador, RJ, V Simpósio Brasileiro de Automação Inteligente (V SBAI), CD-ROM (6 páginas), 7-9 de Novembro de 2001, Canela – RS.

KAUFMAN, Leonard; ROUSSEEUW, Peter J. Finding Groups in Data: A Introduction to Cluster Analysis. 4ed. New York: Wiley, 1990

WANG, Li-Xin; MENDEL, Jerry M. (1992); Generating Fuzzy Rules by Learning from Examples, Proc. IEEE, vol. 22(6): 1414-1427.

GONÇALVES, Luciano B. Modelos Neuro-Fuzzy Hierárquicos BSP para Classificação de Padrões e Extração de Regras Fuzzy em Banco de Dados. Trabalho de conclusão de cursos – DEE-PUC/Rio, 2001.

COBRA, Marcos. Marketing de Serviços Financeiros. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2003.

DO VALE, Marcos Neves. Agrupamento de Dados: Avaliação de Métodos e Desenvolvimento de Aplicativo para Análise de Agrupamento, Trabalho de conclusão de cursos – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005.

DO VALE, Marcos Neves. Sistema de Inferência Fuzzy com Geração Automática de Regras, Trabalho de conclusão de cursos – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2001.

MATLAB REFERENCE. Fuzzy Logic Toolbox, 2005. Disponível em <http://www.mathworks.com/access/helpdesk/help/toolbox/fuzzy/index.htm>. Acesso em ago. de 2008.

MENDEL, J.M. Fuzzy logic systems for engineering: a tutorial, Proc. IEEE, vol. 83(3): 345-377, 1995.

FONSECA, Osvaldo Luiz Humbert; MOURA NETO, Francisco Duarte; DE SOUZA, Flavio Joaquim. Modelo de Análise de Crédito Utilizando Técnicas de Aprendizado de Máquina. Disponível em http://www.sbmac.ogr.br/eventos/cnmac/cd_xxviii/resumo%20estendidos/osvaldo_fonseca_st16.pdf > . Acesso em Ago. de 2008.

KOTLER, Philip. Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

TANSCHKEIT, Ricardo. Fundamentos de Lógica Fuzzy e Controle Fuzzy, 2001. Disponível em <http://www.ica.ele.puc-rio.br/cursos/download/LN-Sistemas%20Fuzzy.pdf>> . Acesso em Out. de 2007.

ROCHA, Thelma; TUREK, Vivian. O uso do marketing personalizado como estratégia de diferenciação para o desenvolvimento do setor bancário. O caso brasileiro do banco Itaú Personalité. Disponível em <http://www.esamc.br/downloads/artigos_e_palestras/thelma_rocha_o_uso_do_marketing_personalizado.pdf> . Acesso em jan. de 2008

ZADEH, L.A. "Fuzzy Sets". Information and Control, Proc. IEEE, vol. 8: 338-353, 1965.

6) Como o senhor avalia o Banco da Amazônia nos seguintes itens? (estimulada)

	I	PI	I	MI	I
Participar no desenvolvimento econômico regional	1	2	3	4	5
Ações que contribuam c/ a responsabilidade sócio-ambiental	1	2	3	4	5
Ações de valorização da cultura regional	1	2	3	4	5

7) Quais foram os motivos que levaram o senhor a se tornar cliente do Banco da Amazônia? (não estimulada)

1. Eu não escolhi, foi imposto	5. Localização
2. Indicação de amigos	6. Atendimento
3. Relacionamento com funcionários	7. Taxas Atrativas
4. Serviços diferenciados	8. Outros _____

8) Numa escala de 1 a 5, onde 1 é a menor e 5 a maior nota, como o senhor avalia o Banco da Amazônia nos seguintes itens?

☐ Relacionamento com gerente	☐ Atendimento
☐ Agilidade nas solicitações	☐ Taxas Atrativas
☐ Credibilidade da instituição	☐ Parceria c/ cliente
☐ Qualidade da Informação	

9) Com que frequência no período de um mês o senhor utiliza as seguintes formas de contato do Banco da Amazônia.

	1x	3x	5x	7x	9x >	NA
Caixa Eletrônico	1	2	3	4	5	6
Agência	1	2	3	4	5	6
Telefone	1	2	3	4	5	6
Fax	1	2	3	4	5	6
Internet	1	2	3	4	5	6

10) Numa escala de 1 a 5, onde 1 é a menor e 5 a maior nota, como o senhor avalia a qualidade das formas de contato do Banco da Amazônia?

☐ Fax	☐ Telefone	☐ Agência
☐ Internet	☐ Caixa Eletrônico	

11) O senhor pretende deixar de ser cliente do Banco da Amazônia?

1. Sim - Por quê? Em quanto tempo?

2. Não

12) O que o Banco da Amazônia pode fazer para o senhor ser um cliente fiel de muitos anos?

Outras Observações:

13) Você estaria disposto a consumir outros produtos bancários caso um banco lhe oferecesse?

1. Sim

2. Não

14) Qual?