

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO**

**SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA**

**MBA ESTRATÉGIAS COOPERATIVAS**

**Ênfase Gestão de Pessoas**

**ALUNO: VALMIR QUISINI**

**INSTALAÇÃO DO CAIXA ELETRÔNICO NA AGÊNCIA DA CRESOL DE SANTO  
ANTÔNIO DO SUDOESTE - PR**

**SANTO ANTÔNIO DO SUDOESTE – PARANÁ**

**2020**

**ALUNO: VALMIR QUISINI**

**INSTALAÇÃO DO CAIXA ELETRÔNICO NA AGÊNCIA DA CRESOL DE SANTO  
ANTÔNIO DO SUDOESTE – PR**

Plano de negócios apresentado ao curso de MBA Estratégias Cooperativas – Ênfase GESTAO DE PESSOAS da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como requisito para conclusão do curso. Professor (a). Orientador (a). MsC. Sheila Brandão.

**SANTO ANTÔNIO DO SUDOESTE – PARANÁ**

**2020**

## CARTA DE ABERTURA

Nos últimos anos, as instituições financeiras apresentaram grandes mudanças em seus setores de tecnologias, todas direcionadas para os mercados financeiros. Essas mudanças buscam entender a movimentação dos cooperados, apresentando de uma maneira simples, como os associados estão trabalhando diante de tanta tecnologia? Qual é o caminho para atrair estes cooperados e garantir a eles que somos uma cooperativa de confiança, de valores, que está atenta às suas necessidades, desenvolvendo e apresentando os produtos de qualidade e eficiência?

Neste trabalho iremos apresentar qual será o ganho sobre a instalação dos caixas eletrônicos na agência de Santo Antônio do Sudoeste - PR, e pretendemos responder as seguintes questões: Qual será o tamanho e o crescimento que podemos apresentar? Quantos cooperados vamos conseguir atender ao mesmo tempo? Quais serão os produtos que vamos agregar? Qual será a satisfação dos nossos cooperados? Qual a quantidade de clientes que podemos acompanhar as movimentações nos autoatendimentos? Quanto tempo vamos ter a disposição para melhorar nosso atendimento pessoal?

Este produto vai nos proporcionar, uma maior fatia do mercado de novos cooperados. Quantas contas novas de empresas ou pessoas físicas vamos abrir? Qual será a visão da sociedade junto a instituição? O que realmente a Cresol está apresentando de diferente para as comunidades como cooperativa?

**Palavras – chaves: Caixa eletrônico, Instituição financeira, Cooperativa, Nicho.**

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	4
1 – NOVO CORONA VÍRUS versus CAIXAS ELETRÔNICOS .....	5
1.1 Novo Corana vírus (covid 19).....	5
1. 2 Caixas Eletrônicos.....	7
2 - INSTALAÇÃO DE CAIXA ELETRÔNICO NA AGÊNCIA DE SANTO ANTONIO DO SUDOESTE – PR .....	8
3 - RESISTÊNCIA, AÇÕES E BENEFÍCIOS APÓS INSTALAÇÃO DOS AUTOATENDIMENTOS.....	11
3.1 Resistência.....	11
3.2 Ações.....	12
3.3 Benefícios.....	13
4 - Perfil dos clientes.....	15
5 - Atendimento pessoal.....	17
Considerações Finais.....	18
REFERÊNCIAS.....	19

## INTRODUÇÃO

Depara-se hoje, com um mundo globalizado e com grande competitividade. O nosso sistema financeiro nos últimos anos, vem apresentando um os maiores investimentos, todos voltados para a área da tecnologia, renovando e modernizando todos os seus sistemas, deixando mais rápido e mais eficaz. No Brasil, os sistemas financeiros trabalham cada vez mais, para deixar os seus programas atualizados e com alta tecnologia.

Para isso, as instituições trabalham de forma inteligente junto ao setor de (TI), elaborando algumas estratégias e direcionando boa parte dos seus recursos, para as áreas de tecnologias, sendo um dos grandes setores a se destacar. Sairão destas áreas, os responsáveis pelo desenvolvimento das novas estratégias, que servirão para o crescimento das cooperativas e suas agências.

A Cresol é uma cooperativa financeira, que está presente em quase todo o território nacional, mas que ainda não tem o sistema de caixa eletrônico instalado na maioria de suas cooperativas, com isso, muitas de suas agências de relacionamentos, não conseguem ser atrativas e competitivas para atrair novos cooperados.

O sistema Cresol está preparado para atender todos os clientes, seja ele do setor rural ou urbano, pequeno ou grande, pessoa física ou jurídica. Acreditamos em nosso potencial, somos ágeis nas operações com nossos produtos e com certeza este equipamento terá um papel importante nas próximas estratégias da cooperativa, onde serão feitas ações voltadas para as agências, direcionadas para o desenvolvimento dos nossos cooperados e buscando um maior crescimento para nossa cooperativa.

O caixa eletrônico vai trazer comodidade, facilidade e tranquilidade ao cooperado, pois ele vai ter o acesso ao seu dinheiro com muito mais praticidade e em mais horários durante o dia, apresentamos mais uma solução financeira para os negócios e que trará tranquilidade e confiança nas suas transações comerciais.

## **1 - NOVO CORONA VÍRUS (COVID-19) versus CAIXAS ELETRÔNICOS**

### **1.1 – NOVO CORONA VÍRUS (COVID-19)**

No final do ano de 2019 e início de 2020, começou a circular em vários países do mundo, um vírus que os especialistas tenham dúvidas em dizer como e onde ele surgiu, de que maneira é transmitido, se é pelo contato, ou pelo ar. As informações começaram a chegar de todos os meios de comunicação, e que ninguém sabia a verdadeira origem deste mais novo vírus e assim a população de todos os países, foram tomados por este vírus que se tornou mortal, virando uma pandemia de nível mundial.

Aqui no Brasil, o vírus chegou devagarzinho, mais veio de todos os lados, pegou a população com uma certa indisciplina de hábitos higiênicos, que usamos em nosso cotidiano, deixando as pessoas assustadas. A população não conseguia entender o que estava acontecendo, até começar a surgir as primeiras mortes, e assim o nosso jeito de viver foi mudando. Mudamos o jeito de se comunicar, de agir, de olhar o outro, de fazer as coisas, o trabalho não era mais o mesmo, fomos obrigados a se distanciar das pessoas, ao tocar nas coisas, ao sair na rua, ir ao mercado, muitas situações do dia a dia foram excluídas, as empresas, comércio, vários setores da economia começaram a sofrer com essa pandemia.

Muitas coisas sofreram mudanças em nosso dia, entender o que estava acontecendo foi um dos desafios que tivemos que compreender, havia muitos comentários sobre o que estava ocorrendo no mundo inteiro, as pessoas estavam morrendo, e se tornou tão real que para nós, era mais um filme de ficção que estava passando na televisão.

O vírus veio de todos os lados, causando desespero na população, buscamos entender o que estava acontecendo, com mudanças de velhos hábitos, para compreender o novo, adaptamos ao nosso dia a dia o uso de máscaras, sendo de uso de primeiras necessidades, juntamente o uso de álcool em gel nas mãos ou em tudo que nós tocamos. Surgiram várias perguntas do porque do uso de luvas e o distanciamento das pessoas? Assim, foi para muitos o fim de tudo, uma realidade

distante do que vivíamos, e não tínhamos a certeza do amanhã, foi um momento de aprendizado, de uma realidade que para muitas pessoas por mais que os anos passam, não esquecerão.

O distanciamento das pessoas, que ficando em casa, começaram a esvaziar as ruas, o comércio começou a sofrer com a pandemia, as lojas, os mercados, as instituições financeiras, todos estavam sofrendo o momento, foi parando aos poucos, as empresas não sabiam o que fazer, algumas de decisões e vários questionamentos, quais serão os desafios que ainda vamos ter que enfrentar?

Entendemos também, que como as pessoas se distanciaram, mudaram o seu jeito de agir, nós também tínhamos que, de certa forma se ajustar e atrair os cooperados para perto, passando as informações que ele precisava, interagindo, transmitindo a ele que a instituição estava junto neste momento, que trabalhamos para dar o suporte necessário aos cooperados, elaboramos várias estratégias para atender os cooperados sem que os mesmos se sentissem prejudicados.

No atendimento dentro da agência, cada colaborador atendeu aos cooperados cada um em seu setor, passamos por momentos de revezamentos nos atendimentos, cuidando a movimentação de entrada e saída de cada cooperado. Ouve também, alguns dos nossos colaboradores que pertenciam ao grupo de risco, continuaram trabalhando em casa como home office.

Os dias foram passando, e aos poucos conseguimos contatar todos os cooperados, orientamos e baixamos para muitos, o sistema de internet Banking, ajudando os associados, mesmo à distância organizar suas contas, aprendemos a atender os cooperados de uma maneira diferente, demonstramos uma transparência e confiança, passamos para o associado um produto que ele tivesse em mãos todas as informações e ficamos à sua disposição para tirar todas as dúvidas.

Com esta pandemia, vivemos um momento de aprendizado, de como viver isoladamente, estando na comunidade, mas socialmente no distanciamento. Fomos induzidos a refletir mais pela vida, de olhar para as pessoas mais próximas, sem poder estar perto e ter que se distanciar das coisas que estão próximas de nós.

A Cresol diante deste momento, demonstrou uma atitude proativa, estava preparada para os desafios e fomos a instituição que mais se destacou nos atendimentos aos cooperados, não deixamos os mesmos sem informação seja ela presencial ou a distância, se tornando ainda mais forte, passamos aos cooperados credibilidade, que através de mecanismos, ajudamos todos a saírem deste momento ainda mais fortes e levar a marca Cresol, como sua preferência quando precisar, de um dos nossos produtos.

## **1.2 - CAIXAS ELETRÔNICOS**

A Cresol com um crescimento extraordinário a cada ano, e pensando no seu futuro, está sempre em busca de inovação, buscando melhorar cada vez mais seu portfólio de produtos, trabalhando com tecnologia de ponta, desenvolvendo produtos essenciais para um trabalho que permite um crescimento ainda maior. Trabalhando junto com suas cooperativas e melhorando o trabalho junto à suas agências de atendimentos, desenvolvendo um trabalho social e comunitário, ajudando os seus cooperados a crescer e juntos vamos conseguir cooperar para o crescimento da economia regional e local.

E pensando no crescimento e no desenvolvimento da nossa região, os associados da cooperativa fronteiras PR SC SP ES, poderão contar com mais um produto, o caixa eletrônico, que nos dará agilidade no atendimento e com certeza muito mais prospecção de novos negócios.

Com a instalação do caixa eletrônico na agência da Cresol, em Santo Antônio do Sudoeste, passamos a ter todos os produtos a oferecer para os nossos cooperados, e vamos atender os mais diversos tipos de clientes, passando a segurança de um produto que vai deixá-lo satisfeito, seguro e que ele possa se tornar um associado, ainda mais fiel da cooperativa Cresol.

Acreditamos que com este produto, os cooperados, as empresas, as pessoas no geral, terão mais uma opção ou um sistema que consiga fazer suas transações, pagar seus boletos, fazer suas transferências e pagar os salários dos seus funcionários tudo com muita agilidade, transparência e confiança.





## **2 – Instalação do caixa eletrônico na agência de Santo Antônio do Sudoeste – PR.**

Autoatendimento pode ser definido como um sistema computadorizado que é capaz de gerar respostas e serviços aos clientes ou usuários de forma independente, sem a necessidade de intervenção humana.

A cooperativa Cresol em 24 junho de 2020 completou 25 anos de trabalho, atuando como uma cooperativa de credito, desenvolvendo um trabalho de confiança, trabalhando diretamente com as comunidades, estando junto aos cooperados em suas atividades agrícolas e comerciais, desenvolvendo alguns trabalhos, voltados para o crescimento e fortalecimentos dos cooperados.

A cooperativa Cresol, através de suas estratégias e um bom trabalho, está passando por um dos melhores momentos de sua existência, com grandes investimentos, modernizando, ampliando, melhorando ainda mais sua base. Um desses investimentos foi a construção de uma nova sede, para a (Central BASER), modernizou e ampliou toda sua estrutura, conseguiu alocar todos os setores administrativos e comercial juntos, para dar suporte e apoio a todas as cooperativas

singulares, que juntas trabalham para desenvolver um trabalho com eficiência e garantindo o crescimento da sua marca, passando a ser uma das cooperativas mais competitivas do setor financeiro.

Com este entrosamento, a Central BASER, trabalha para deixar a sua base de cooperativas muito mais fortes, através da unificação de várias pequenas cooperativas, que na sua base, tinham somente uma agência, unificando e transformando em uma cooperativa regional, com uma maior estrutura, com uma base de cooperados fortes. E também deixando abertura, para novas agências de relacionamentos em cidades estratégicas, ampliando seu atendimento, ofertando uma nova opção, sendo mais um atrativo para novos associados.

A Cresol está trabalhando para ser, uma das maiores cooperativas de crédito do sistema financeiro no Brasil, esse crescimento lhe deu credibilidade para fechar várias parcerias com grandes investidores, sendo eles bancos públicos e privados. Uma das grandes parcerias foi com o banco BNDES, um dos grandes bancos públicos do Brasil, que trabalha para o desenvolvimento e crescimento de todos os setores financeiros e econômicos do nosso país.

Esta parceria forneceu a cooperativa, recursos para que seus cooperados pudessem investir e custear suas culturas, continuar seu desenvolvimento social e econômico nas comunidades. Passou a ter junto ao cooperado uma confiança, que ainda hoje é transmitida pelos mesmos, uma satisfação de estar trabalhando junto à Cresol, isso foi determinante e muito importante para o crescimento da instituição.

Todos os anos, a Cresol trabalha fortemente para modernizar suas agências, ampliando e melhorando suas estruturas, para dar aos cooperados um atendimento de qualidade. Para tanto, os setores de tecnologias desenvolveram vários produtos, para que as informações cheguem em tempo real, e que os cooperados consigam ver suas movimentações, quando e como, sem precisar buscar sua agência.

No final do ano de 2019, começou a ser instalados os primeiros caixas eletrônicos, em nossa cooperativa (Cresol Fronteiras PR SC SP ES). Foi o início de um trabalho que vai melhorar ainda mais o atendimento aos nossos cooperados e colaboradores, com o autoatendimento, vamos dar mais um grande salto para o crescimento e fortalecimento da cooperativa.

Entendemos também, que este produto é utilizado pelas outras instituições, sendo determinante para definir as futuras negociações dos seus cooperados, mas será através deste equipamento que vamos buscar novos cooperados, usando a sua tecnologia com tempo do cooperado, passando a ele mais transparência e comodidade ao finalizar seus negócios, não precisando estar dentro de uma agência.

No ano 2020, será instalado os caixas eletrônicos na agência de Santo Antônio do Sudoeste, este produto é esperado por todos os colaboradores, os cooperados, e a sociedade. Com este equipamento vamos ser competitivos, conseguiremos atrair novos cooperados, principalmente as empresas e as pessoas físicas do setor urbano. Com certeza, mais uma opção aos empresários, e trabalhadores de diversos setores, aposentados e aos agricultores, enfim, aqueles que ainda não são nossos cooperados. Vamos ser competitivos aos nossos concorrentes, já que por muitas vezes, conquistamos clientes sem mesmo ter um produto à altura, mais pela confiança e credibilidade da nossa instituição.

Neste mesmo ano, fomos contemplados com a estrutura para reforma da agência, com uma sede nova, ficando no centro da cidade, uma localização estratégica, melhor posicionamento, uma estrutura toda moderna com amplo espaço, tudo novo para o bom atendimento aos nossos cooperados.

Nesta agência, terá um espaço exclusivo aos caixas eletrônicos, um ambiente seguro, com um sistema voltado para o autoatendimento, para que os cooperados e outros clientes possam fazer suas transações tudo através dos (ATM'S), que possam pagar suas contas, tirar seus extratos, fazer suas transferências e seus depósitos, fazer todas as suas movimentações sem que o mesmo, tenha que se direcionar ao gerente de contas ou até mesmo ir ao caixa convencional dentro da agência.

Para a instalação deste equipamento, a cooperativa terá um custo no valor aproximado de R\$ 60.000,00 reais, a unidade instalada, não precisando enumerar o custo da reforma para instalação, porque a agência será toda reformada, tendo um lugar estratégico dentro da agência para atender todos os cooperados, com segurança e agilidade nas transações, tanto para as empresas, como para os cooperados e colaboradores.

Com mais este sistema à disposição, vamos fazer um levantamento dos benefícios que ele possa trazer para a agência, vamos saber quantos saques, quantos depósitos, quantas transferências, quantidade de boletos serão pagos? Qual será a

quantidade de produtos que os cooperados irão usar através deste equipamento, que servira de auxílio no atendimento do dia e dia?

O quanto este produto vai ser necessário para nossos cooperados e qual será a visão da sociedade diante de mais este atrativo? Podemos sim, tirar muito proveito de algumas situações, pois os associados já têm uma noção de como funciona, porque muitos deles já usam em outras instituições, podemos ganhar muito com este equipamento, na abordagem de novos cooperados ou para aberturas de novas contas.

Autoatendimento é incluir o cliente como mão de obra no processo de disponibilização de serviços financeiros, mão de obra essa gratuita e substituta parcial de funcionários tradicionais de atendimento. A ideia principal é poder atender à massificação de clientes, através de serviços padronizados, com maior rapidez e conveniência, otimizando o ponto de venda, com a ampliação dos horários de atendimento, além da significativa redução dos custos (SILVEIRA, 2008).

### **3 - Resistência, Ações e Benefícios após instalação dos Autoatendimentos**

Todo e qualquer produto lançado e apresentado à sociedade, haverá uma ação ou uma reação do mesmo. Somente após a instalação deste equipamento, vamos conseguir entender a real atitude dos cooperados e algumas perguntas serão necessárias obter as respostas. Por exemplo: Como podemos apresentar este produto aos cooperados? O que ele poderá trazer de benefícios? Quais serão os tipos de resistências que os cooperados irão apresentar?

#### **3.1 Resistência**

Em nossa cidade existem várias agências bancárias, que trabalham com os caixas eletrônicos, com atendimento direto aos clientes e sempre tiveram grandes resistências no uso do caixa de autoatendimento, podemos dizer que, por estarmos localizados em uma região de fronteira, fazendo divisa com o país da (Argentina), uma região com um povo formado por várias nacionalidades, muitos imigrantes vindos do sul do Brasil, outros do centro oeste e entre outras partes do país.

Muitas dessas pessoas chegaram nas décadas de 50 e 60, ajudaram a construir a cidade, são pessoas de muita tradição, com crenças e costumes que vem

desde dos avós, bisavós e assim por diante. Aprenderam a trabalhar desde de muito cedo e sempre viveram uma vida simples.

Em nossa base de cooperados, na agência de Santo Antônio do Sudoeste – PR, com certeza, vamos ter algum tipo de resistência. Hoje, em nossa agência, temos 1100 cooperados ativos, sendo estes distribuídos entre homens e mulheres, com idade entre 40 a 60 anos, e um montante de 300 contas jurídicas. Esses cooperados são pessoas tradicionais que vem de uma cultura sistêmica, com pouca aderência a mudanças, e ainda temos na base, aqueles cooperados que só tem conta na Cresol, é a única instituição que confiam para fazer suas movimentações.

São pessoas muito simples, que cresceram em um sistema de trabalho pesado, com pouco estudo, não conseguindo acompanhar a evolução da tecnologia e com certeza será um dos maiores desafios para o sistema, mostrar ao cooperado, que nos colaboradores, estamos preparados para ajudar e dar todo o suporte para que consiga usar o autoatendimento da mesma maneira, que estivesse no caixa presencial dentro da agência.

### **3.2 Ações**

Após a instalação do caixa eletrônico, algumas ações poderão ser feitas para auxiliar o associado, o uso correto do equipamento. O que ele realmente trará de melhorias para o associado? Quais serão os produtos que estarão à disposição do associado?

Vamos utilizar toda a equipe de colaboradores e buscamos apoio junto ao setor de marketing da cooperativa Fronteiras, na elaboração de uma campanha para a divulgação e trabalhar junto ao setor de tecnologia, utilizando de suas ferramentas, a fazer um levantamento de quais cooperados ainda não estão utilizando alguns dos nossos produtos e traçar algumas estratégias para atrair mais cooperados.

Outra ação, será identificar os associados que tem acesso à internet, seja o celular, computador na sua casa ou na empresa. Ajudar no processo de baixar o programa internet banking e auxiliar na sua utilização, este produto será essencial para seu dia a dia, ajudar e incentivar o uso desta ferramenta, pois este produto, permite a realização de praticamente todas as transações possíveis de serem feitas na boca do caixa, com exceção de saques e depósitos. Isso é muito cômodo, pois o

associado não precisará enfrentar filas nem se deslocar até uma unidade de atendimento, pois poderá ser feito no conforto de seu lar.

A cooperativa também iniciou uma ação voltada para a troca dos cartões de débito e crédito, agora com a utilização da bandeira Mastercard, esta bandeira possui mais opções de compras e sem dúvida terá mais aceitação nas transações comerciais, e também será muito utilizado nas movimentações do caixa eletrônico, ao realizar saques e/ou pagamentos, entre outras situações.

Mais outra ação, que poderá ser adotada pela instituição em relação a entrega dos cartões magnéticos, apresentar para os associados os benefícios de se trocar o porte e ao invés de usar do dinheiro em espécie para fazer os pagamentos, utilizar os cartões, que permitem comprar nas modalidades de débito e crédito. Também poderá ser feito seu imediato cancelamento caso ocorra perda ou furto. Para incentivar o uso desses cartões seria interessante montar um cenário para os associados que ainda não utilizam esse produto, onde possam simular transações, familiarizando-os com os mesmos.

Ainda hoje na agência, temos um alto número de atendimento presencial e junto a isso, recebemos vários telefonemas que são direcionados aos gerentes de contas, onde esses colaboradores precisam interromper o atendimento que estão realizando ao associado, para atender o telefone, causando inclusive o descontentamento da pessoa que está sendo atendida na mesa. Com as ações direcionadas para os cooperados a utilizar a internet banking e o autoatendimento, com certeza irá diminuir muito as ligações e os atendimentos presenciais.

### **3.3 Benefícios**

Como citado acima, serão feitas várias ações voltadas para os cooperados, informando sobre os produtos e através destas, podemos citar vários benefícios que possam auxiliar no trabalho, tanto no atendimento direto ao cooperado, como também incentivar o associado a utilizar os produtos que necessitar.

Um dos benefícios está voltado para a diminuição das ligações, que hoje são transferidas aos colaboradores. Deixamos de atender os associados que realmente precisam do atendimento, para atender uma ligação que muitas vezes não temos a certeza de quem está no outro lado da linha, onde uma pessoa pode se passar por um determinado associado e assim levantar informações acerca da situação

financeira, porque não conseguimos identificar sua voz ou qualquer informação sobre a conta.

Outro benefício, será na diminuição da fila no caixa dentro da agência, também irá diminuir o tempo de atendimento, além de obter algumas informações que serão mais práticas, serão muitos os benefícios que o autoatendimento trará para o cooperado a agência e a cooperativa.

Mais um dos grandes benefícios que o caixa eletrônico fornecerá ao associado, permitir saques, extratos, pagamentos, transferências, empréstimos, investimentos, limites, seguros, previdência, segurança, comprovantes 2ª via, demonstrativos, recarga de celulares e outras transações.

Para a instituição, o estudo servirá para criar estratégias com o objetivo de maximizar a utilização dos canais de autoatendimento, diminuindo assim o grande fluxo de associados dentro da unidade de atendimento, diminuindo os custos operacionais e conseqüentemente elevando os resultados. Além de proporcionar alternativas para o associado realizar suas movimentações em horários e locais à sua escolha conforme seu perfil.

Conforme Porter (1999), a evolução da tecnologia está dirigindo estrategicamente os segmentos empresariais, culturais e sociais dos últimos anos. A evolução tecnológica, levou a ampliação dos limites, e das possibilidades das organizações, trocando a mão de obra por máquinas. Essa atitude tem o objetivo de elevar os lucros das empresas.

O autoatendimento precisa induzir o usuário, a se sentir à vontade, em realizar suas movimentações e consultas, que ele prefira este produto como forma de realizar suas demandas financeiras ao invés dos meios convencionais. Com o uso frequente das máquinas, os usuários familiarizam-se com a interface e acabam avançando nas funcionalidades, aprendendo muitas operações de autoatendimento sozinhas. Caso ocorra o contrário, não terão mais interesse na autonomia desses serviços e será muito difícil reverter uma situação adversa.

No setor financeiro, a implementação do Sistema de Pagamento Brasileiro (SPB), foi um dos eventos mais marcantes na área de Tecnologia da Automação Bancária no país. O SPB traz embutida uma maior eficiência financeira, melhor integração comercial e financeira, mais estabilidade sistêmica e uma redução dos riscos (SILVEIRA, 2008).

O SPB é o sistema responsável pela interação entre o Banco Central, o governo, as instituições financeiras, as empresas e até mesmo as pessoas físicas. Gerencia o processo de compensação e liquidação de pagamentos por meio eletrônico, interligando as instituições financeiras ligadas ao Banco Central do Brasil (SILVEIRA, 2008).

#### **4 - Perfil de Clientes**

A Cresol passou por várias mudanças em sua base de cooperados nestes últimos anos, novas empresas, novos cooperados acabaram se associando à cooperativa e acompanhando a evolução, também houve mudanças no setor familiar, troca de papel entre pai e filho, com uma nova gestão nos negócios, com novas oportunidades, novos projetos e com uma mudança de organização no trabalho.

E nós cada vez mais próximos destes cooperados, buscamos estar preparados para identificar os mais diversos ramos de atividades de trabalho desses novos cooperados. Por ser uma região movida pela agricultura, muitos agricultores são pequenos produtores, que trabalham em grupos familiar, conseguem desenvolver várias atividades ao mesmo tempo em suas propriedades.

Conseguem trabalhar com produção de suínos, com integração de franco, junto com hortaliças, grande produção de leite e com o trabalho na produção de grãos. Podemos citar também os médios produtores que trabalham basicamente com produção de grãos, mas que aos poucos estão se organizando para buscar outras atividades para desenvolver nas suas propriedades.

E assim, vamos traçando estratégias para atender estes cooperados cada um com suas particularidades, mostrando a eles uma praticidade, passando confiança em suas negociações, apoiando e garantindo que na cooperativa Cresol, além de parceiros somos uma família.

Para Júlio (2005), os clientes possuem perfis próprios, isso ocorre no decorrer de sua vida e conseguem ser diferentes uns dos outros, no entanto nós como instituição, devemos estar atentos para poder tratar os cooperados cada um com seu jeito de ser.

Muitas vezes tratamos as pessoas, da mesma maneira que gostaríamos de ser tratados, sem mesmo saber qual o seu gosto ou seu jeito de ser, deixamos de fazer



grandes negócios e trazer os cooperados para junto de nós, porque não permitimos que ele próprio determine sua participação como cooperado na instituição.

Para Lemos (2001), os clientes de hoje estão atentos as empresas que possuem um diferencial no atendimento, conseguem se adaptar aos mais diversos perfis de clientes e neste sentido que a Cresol, busca se adaptar as mudanças do mercado e aos seus cooperados.

Para Kotler (2001) os clientes que não trazem lucratividade para as empresas, não compensa perder tempo tentando oferecer ou fornecer algum produto que possa trazer algum benefício para sua vida, isso que acontece muitas vezes com nossos concorrentes buscam atender somente os cooperados, que eles não terão problemas e que possam dar lucro em algum momento.

Para um mercado competitivo, como são nas instituições financeiras, a fidelização dos cooperados e sem dúvida umas das ações que nós como Cresol trabalhamos fortemente no dia a dia. Porque sabemos que um cliente satisfeito com um bom trabalho, um produto excelente, ele faz propaganda de graça, leva a marca Cresol para todo lado, além de parceiro nos negócios usa a cooperativa como referência na sua vida, auxilia nos rumos para novos negócios e ajuda a ser defensor da própria instituição.

A Cresol sempre trabalhou muito forte, para fornecer aos cooperados produtos que possam satisfazer suas necessidades, transmitir aos cooperados uma sensação de trabalho bem-sucedido, mostrar qualidade e dar a satisfação ao cliente, em estar usando produtos que possam trazer praticidade no seu dia a dia, como se fizesse parte de sua vida. É assim que podemos tratar nossos cooperados, dando a eles a sensação de prazer, de estar junto com a Cresol, de saber que os produtos e os serviços prestados são de qualidade e de grande eficiência. Cliente satisfeito levam a imagem da empresa para todos os lugares que possam estar, desempenham um papel importante para o crescimento da instituição (KOTLER, 2005).

Num mercado atuante e competitivo, as técnicas tradicionais estão consolidadas entre as empresas, tornando-as estratégias básicas, lógicas, naturais e usuais. Para vencer, surge, portanto, a necessidade de desenvolver novas soluções e métodos de trabalho mais eficazes. O marketing de relacionamento é uma evolução dos conceitos de marketing e comunicação, e, por isso mesmo, o diferencial competitivo que o setor financeiro está buscando para liderar mercados (UNIMED, 2014).

## 5 - Atendimento Pessoal

Este é sem dúvidas, um dos desafios de todos os setores, não interessando o tamanho da empresa ou qual seja o ramo de atividade que ela trabalha. O atendimento pessoal, sempre foi uma busca massificadora para criar uma formula, de como definir um atendimento adequado para cada pessoa? Qual seria o momento certo de falar, de como gesticular, qual o momento de oferecer os produtos? Como reagir diante de uma objeção, de uma frustração de venda?

Em nossa agência, trabalhamos fortemente no atendimento ao cooperado, traçamos estratégias como, envolver o cliente em uma negociação, passamos aos associados, todo o nosso conhecimento ao oferecer o produto, trabalhamos o posicionamento, a postura ao gesticular, agimos naturalmente, deixando ele livre a escolher o produto.

Nem toda venda, sai como desejamos, mais nem sempre, oferecemos os produtos que os cooperados estão buscando. Muitas vezes temos que ter a paciência de entender o que ele procura, para depois atender com eficiência a sua demanda. Muitas vezes é isso que precisamos, ter uma boa conversa, um pouco mais de paciência, se hoje não deu, não tem problema, mais conseguimos plantar uma semente, para que amanhã seja feito uma boa negociação com segurança e eficácia.

Para Kotler (2000), envolve todas as atividades que facilitam aos clientes o acesso às pessoas certas dentro de uma empresa para receberem serviços, respostas e soluções de problemas de maneira rápida e satisfatória. Para tanto é necessário que o atendente de uma empresa conheça os requisitos básicos para um bom atendimento ao cliente.

Marques (1997) relaciona alguns requisitos para um bom atendimento pessoal: Conhecer – o vendedor ou atendente precisa conhecer suas funções dentro da organização, como ela trabalha, quais as normas e procedimentos a serem seguidos.

Ouvir – é necessário ouvir o cliente para saber o que ele deseja, estabelecendo uma comunicação sem desgastes para não o frustrar.

Falar – após ouvir o cliente, é necessário falar para dar sequência ao diálogo, utilizando linguagem adequada, evitando termos técnicos, gírias e siglas.

Perceber – expressões faciais, postura e gestos do cliente transmitem mensagens que auxiliam na sua compreensão. Basta que o atendente consiga

percebê-las. Através disso, será possível proporcionar um atendimento individual e único aos clientes, visto que nem todos são iguais.

### **Considerações finais**

Todo este trabalho foi todo voltado, à instalação do caixa eletrônico na agência da Cresol de Santo Antônio do Sudoeste – PR. Este é um produto que estava faltando, para se tornar umas das mais completas agências da nossa cidade. Temos uma base de cooperados com grande potencial e uma marca Cresol consolidada, com este produto vamos ficar ainda mais fortes, atrair novos cooperados e buscar ser preferência para seus negócios.

Com base nessas informações, conclui-se que a instituição poderá realizar algumas ações voltada ao público, que ainda não estão utilizando os canais alternativos, principalmente os caixas eletrônicos, que mesmo com as dificuldades, vão conseguir realizar suas operações individualmente e sem receios.

Outra será, para os cooperados que nunca tiveram acesso a estes canais e também nunca usaram nenhum dos nossos produtos, incentivar o uso e, auxiliar a realizar as suas transações, auxiliando caso não esteja fazendo da forma correta.

A instituição também poderia identificar os associados que possuem acesso à internet, e habilitá-los para utilizar essa ferramenta. Através deste canal, o associado poderá realizar quase todas as transações que são possíveis na boca do caixa ou em uma unidade de atendimento, com o diferencial de não precisar enfrentar filas de espera e poder escolher o horário mais adequado.

São diversas situações que podemos estar atuando de forma assertiva, para conseguir atrair novos cooperados, mostrar ao cooperado que podemos ser uma cooperativa forte e competitiva, dar segurança a suas movimentações e ser parceiro quando ele precisar.

## Referências Bibliográficas

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PORTER, Michael E. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

LEMOS, Cadu. A diferença entre o sucesso e o fracasso. São Paulo: Atlas, 2001.

JULIO, Carlos Alberto. A magia dos grandes negociadores. São Paulo: Negócio Editora, 2005.

MARQUES, Fábio. Guia prático da qualidade total em serviços. São Paulo: APMS, 1997

UNIMED. Marketing de relacionamento. Disponível em:

<[http://www.unimed.coop.br/pct/comum/impressaoCNU.jsp?cd\\_materia=48540&cd\\_seção=31996](http://www.unimed.coop.br/pct/comum/impressaoCNU.jsp?cd_materia=48540&cd_seção=31996)>. Acesso em: 07 mai. 2014.

<https://docplayer.com.br/10961785-Canais-de-autoatendimento-do-sicredi-de-tiradentes-do-sul-um-estudo-para-aumentar-os-indices-de-utilizacao.html>".