

ANALISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS DA COOPERATIVA CRESOL JAGUARUNA – POSTO DE ATENDIMENTO DE PAULO LOPES¹

José Márcio Felipe Costa

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar o nível de satisfação dos associados da Cooperativa Cresol Jaguaruna – especificamente em seu Posto de atendimento na cidade de Paulo Lopes – SC. A pesquisa, descritiva com abordagem qualiquantitativa, teve o formulário como instrumento de coleta de dados. O posto de atendimento possui hoje cerca de 975 associados, onde destes, 408 estão com suas contas inativas. Dos cerca de 567 sócios ativos, foi entregue aleatoriamente o formulário a um número de 80 sócios, onde foi possível observar que a maioria dos associados entrevistados está satisfeita com os serviços recebidos na agência. Porém, ainda existem muitos desafios a serem enfrentados e melhorados, como em relação ao estacionamento, que foi o um dos itens com menor resultado de satisfação, e também melhora a tecnologia e manter a constante qualificação de diretores e funcionários.

Palavras-chave: Satisfação. Associados. Cooperativa de crédito. Cresol

1 INTRODUÇÃO

Criada por uma associação de indivíduos, uma cooperativa de crédito é uma instituição financeira formada por essa união de interesses em comum com a finalidade de prestação de serviços financeiros aos seus associados. As cooperativas de crédito não visam fins lucrativos, seus sócios tem direitos iguais e sua admissão é livre e voluntária. No Brasil, as cooperativas de crédito são de grande importância para a inclusão social e financeira de grande parte da população, trazendo praticamente os principais produtos e serviços que um banco comum oferece, com taxas e custos mais atrativos para seus cooperados. (Banco Central do Brasil, 2019)

Atualmente, as cooperativas de crédito vem tendo um enorme crescimento e adesão por parte da sociedade, contribuindo muito para o desenvolvimento das comunidades onde estão inseridas. De acordo com os autores Meinen e Port (2012, p. 49) “Por sua inserção comunitária, de onde emergem, as cooperativas estão naturalmente vocacionadas para fazer o bem nos locais em que estão estabelecidas.”

As cooperativas de crédito contribuem para o desenvolvimento local, trazendo desenvolvimento econômico e conseqüentemente melhorando a qualidade de vida das pessoas.

¹ Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Gestão de Cooperativas de Crédito, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão de Cooperativas de Crédito.

Muitas cooperativas estão instaladas em pequenas cidade, atendendo um público específico e mais distante e promovendo inclusão financeira, com acesso a crédito e serviços bancários com menores custos.

No entanto, para que a cooperativa de crédito prospere e se mantenha saudável financeiramente, seus associados precisam contribuir para a sua força, para que ela cresça e também se mantenha competitiva, num mercado cada vez mais acirrado, preservando as regras e os princípios cooperativistas que a norteiam e se mantendo economicamente viável.

Este artigo tem como objetivo apresentar o nível de satisfação dos associados da Cresol Jaguaruna no seu Posto de atendimento de Paulo Lopes, a partir do uso dos produtos e serviços e também contribuir para uma análise sobre como esta a satisfação dos associados em relação aos produtos e serviços disponibilizados pela agência.

Para isso, foi realizada uma pesquisa empírica pura, tendo assim o tipo de pesquisa utilizada a pesquisa explicativa. O método utilizado para a coleta de dados foi a entrevista, onde através da abordagem quantiqualitativa de natureza exploratória obtivemos os resultados da pesquisa.

O campo de pesquisa foi a cooperativa Cresol de Jaguaruna – Posto de atendimento de Paulo Lopes, onde foi apresentado aos associados que adentravam na agência, entre dias 04 e 14 de novembro de 2019, de forma aleatória durante horário de atendimento, um formulário com a apresentação de vários itens para avaliação e classificação: Péssimo, Ruim, Regular, Bom e Excelente, a um número de 80 associados.

A pesquisa proposta apresenta uma introdução sobre o tema, bem como seus objetivos. Na sequência, apresentaremos em itens os seguintes tópicos: no item 2 a Metodologia, fundamentação teórica, no item 3 faremos uma apresentação sobre cooperativismo e história da Cresol, em seguida, o levantamento dos resultados dos dados pesquisados e no item 4 a conclusão do artigo.

2 METODOLOGIA

O presente estudo em sua forma é caracterizado como pesquisa descritiva de natureza quali-quantitativa. A descritiva é realizada considerando que a principal finalidade é o delineamento ou verificação das características de determinado povo ou fenômeno, no caso, especificamente o nível de satisfação dos associados, sendo utilizado questionário como forma de coleta de dados. A abordagem qualitativa não se utiliza de métodos e técnicas estatísticas. A

quantitativa leva em consideração o que pode ser medido ou quantificável, traduzindo em forma de números as opiniões e informações com forma de classificá-las e analisá-las.

Objetivando fazer uma verificação da opinião dos associados em relação aos produtos e serviços disponibilizados por esta unidade de atendimento, o questionário foi elaborado considerando as seguintes variáveis de pesquisa, (GIANESI E CORREA, 2008): Tangíveis, consistência/segurança, acesso e custo, dos quais não todas, mas algumas dessas variáveis foram utilizadas nesse estudo.

Na unidade de atendimento objeto dessa pesquisa, atualmente o quadro social é composto por 975 associados, porém, de acordo com a matriz de gestão da cooperativa, até o presente mês de novembro de 2019, cerca de 408 sócios estão inativos a mais de 1 ano, contando com cerca de 567 associados ativos, que utilizam os produtos e serviços frequentemente até a presente data desde estudo, sendo este o público alvo da pesquisa. A amostra foi composta por 80 associados, da qual os formulários foram aplicados aleatoriamente, de acordo com a entrada dos cooperados da agência.

A pesquisa seguiu as seguintes etapas: elaboração do plano de pesquisa, elaboração dos formulários, aplicação dos formulários, processamento e análise e apresentação dos resultados.

2.1 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

O cooperativismo é um instrumento de grande importância e diferencial para o desenvolvimento econômico e social do local, pois ele possibilita a união de pessoas que cooperam entre si visando a inclusão social, geração de emprego e renda, distribuição de resultados, com a finalidade de reduzir as diferenças sociais. (DIAZ, 2018).

Sociedades cooperativas são sociedades de pessoas com forma e natureza jurídicas próprias, constituídas para prestar serviços aos seus associados, cujo regime jurídico foi instituído pela lei 5.764 de 16 de dezembro de 1971. (PINHEIRO, 2008).

As cooperativas de crédito na América Latina, tiveram seu início por volta de 1902, através de Theodor Amstad, que era um padre natural da Suíça, e que se estabeleceu no Brasil, mais especificamente em nova Petrópolis, Município do Rio Grande do Sul.

O cooperativismo surgiu naquela época, como resultado dos esforços de uma parte da sociedade menos favorecida, como uma alternativa que produtores e trabalhadores encontraram

para tentar mudar a realidade difícil que estavam passando, assim, resolveram se unir para formar as cooperativas, buscando melhores condições de trabalho, maior renda e melhor qualidade de vida, sendo que a gerência era feita pelos próprios integrantes dessas associações.

As cooperativas de crédito pertencem a um dos vários tipos de cooperativa que existem, ou como alguns autores chamam, de cooperativas Financeiras.

Entre os diversos tipos de associação cooperativa estão as cooperativas de crédito. Criadas para oferecer soluções financeiras de acordo com as necessidades dos associados. Elas são um importante instrumento de incentivo para o desenvolvimento econômico e social. Isto porque utilizam seus ativos para financiar os próprios associados, mantendo os recursos nas comunidades onde eles foram gerados. Na América Latina, o cooperativismo de crédito teve início em 1902, na localidade de Linha Imperial, município de Nova Petrópolis, no Rio Grande do Sul, pelas mãos do padre suíço Theodor Amstad. Hoje, essa cooperativa faz parte do Sicredi com o nome de Sicredi Pioneira RS. (SICREDI. 2019).

Estas oferecem a seus associados e clientes serviços financeiros, mas com condições mais atrativas e acessíveis, além de linhas de crédito e financiamento voltadas para um público específico, como as linhas de crédito Rural, ao exemplo do Pronaf. Outro programa que as Cooperativas de crédito possuem é o Programa de Microcrédito, que consiste em uma política que engloba ações para facilitar e ampliar o acesso ao crédito entre os microempreendedores, visando à geração de trabalho e renda, e a redução das taxas de juros nos financiamentos.

As cooperativas de crédito em sua essência se norteiam pelos princípios cooperativistas que a regem, sendo ele: (SICRED, 2019)

- 1 - Adesão voluntária e livre
- 2 - Gestão democrática pelos membros
- 3 - Participação econômica dos membros
- 4 - Autonomia e independência
- 5 - Educação, formação e informação
- 6 – Intercooperação
- 7 - Interesse pela comunidade

Para o autor Meinen (2013), outra característica importante das cooperativas seriam os seus valores, conforme elencados a seguir:

- **Solidariedade:** Ser solidário é ajudar mutuamente, cooperando e tornando a cooperativa forte e saudável.
- **Liberdade:** O associado tem o direito de escolha, tanto para associar-se quanto para desliga-se do quadro social, podendo expor sua opinião, respeitando os limites estabelecidos no coletivo.

- Democracia: Tendo o sócio o direito de participar ativamente da cooperativa, seja pela palavra ou voto, respeitando as decisões da maioria.
- Equidade: Relacionada a igualdade de direitos, tanto no aspecto econômicos como sociais.
- Igualdade: Os associados devem ter, de forma igual, os mesmos direitos e deveres, sem discriminação.
- Responsabilidade: Relacionada ao cumprimento de seus deveres com a cooperativa, respeitando as regras estabelecidas coletivamente.
- Honestidade: Está ligado em cumprir com a verdade e dignidade, ser honrado com o coletivo.
- Transparência: Relacionada as informações da cooperativa, sua administração, resultados, e suas regras, estando de forma clara para o associado.
- Responsabilidade socioambiental: Que se refere a responsabilidade que a cooperativa tem perante a comunidade local, envolvendo o desenvolvimento econômico e social e a sustentabilidade.

3 HISTORICO DA COOPERATIVA CRESOL

O sistema Cresol se originou em meados da década de 90, através da organização de pequenos agricultores que naquela época tinham pouco ou nenhum acesso ao crédito, já que os bancos priorizavam o agronegócio e os grandes produtores. Com isso os agricultores familiares passam por grandes dificuldades, não conseguindo uma melhor qualidade de vida, já que não se tinha uma perspectiva de acesso a créditos bancários, e com isso conseguiam investir em suas propriedades ou fazer melhoramentos.

Através da organização dos agricultores nos anos de 1995, e visitas para conhecerem experiências de outras cooperativas já formadas em cidade como Quilombo, Seara e Curitiba, no ano de 1996 surge na cidade de Francisco Beltrão, no sudoeste do Paraná, a Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária, denominada Cresol, promovido pela necessidade de melhorias nas condições do crédito rural para o agricultor familiar e pelo fortalecimento de um desenvolvimento sustentável. (Cresol Central, 2019)

A Cresol Jaguaruna, está entre as 32 cooperativas singulares que fazem parte do Sistema Cresol Central SC/RS, surgiu em 16 de agosto de 2002, com adesão de 25 agricultores familiares. Fazendo 17 anos em 2019 com mais de 5 mil associados, possui três postos de atendimento, sendo eles na cidade de Paulo Lopes, Içara e Sangão.

A cooperativa de Economia e crédito Cresol Jaguaruna e seu sistema Cresol Central, possui como missão: “Nossa missão é fortalecer e estimular a interação solidária entre agricultores e cooperativa através do crédito orientado e da educação financeira com a construção do conhecimento, visando o desenvolvimento sustentável.” (Cresol Central, 2019).

A cooperativa conta com uma grande variedade de produtos e serviços para oferecer a seus associados, com menores taxas e custos, tais como: (Cresol Central, 2019)

- Conta Corrente;
- Conta Aplicação;
- Cartões de Débito;
- Cartões de Crédito;
- Talão de Cheques;
- Pagamento de títulos;
- Recebimento de benefícios;
- Seguros de vida, habitacional e de veículo e outros;
- Convenio de Cobrança Bancária;
- Consórcio;
- Internet Banking;
- Conta Salário;
- Empréstimos para Pessoa Física e Jurídica;
- Financiamentos para habitação, veículo, Eletroeletrônico e investimentos na propriedade agrícola, para empresa e energias renováveis;
- Crédito para aposentados Cresol;
- Antecipação de títulos (desconto de Cheque e Boletos);
- Crédito Rotativo para Empresa;
- Pré-custeio e Pré-investimento;
- Pronaf investimento e Custeio;
- Microcrédito do BNDES;
- Cheque Especial;

O trabalho fruto desta pesquisa foi especificamente desenvolvido na unidade de atendimento (P.A.) Cresol de Paulo Lopes no qual está situado na Rua Manoel Elizandro da Silveira, Bairro Penha, cidade de Paulo Lopes-SC. O Posto de atendimento foi implantado nesta cidade como objetivo de estender a área de abrangência de sua singular (sede) que fica em

Jaguaruna-SC e estender a oferta dos produtos e serviços ofertados aos associados de outros municípios.

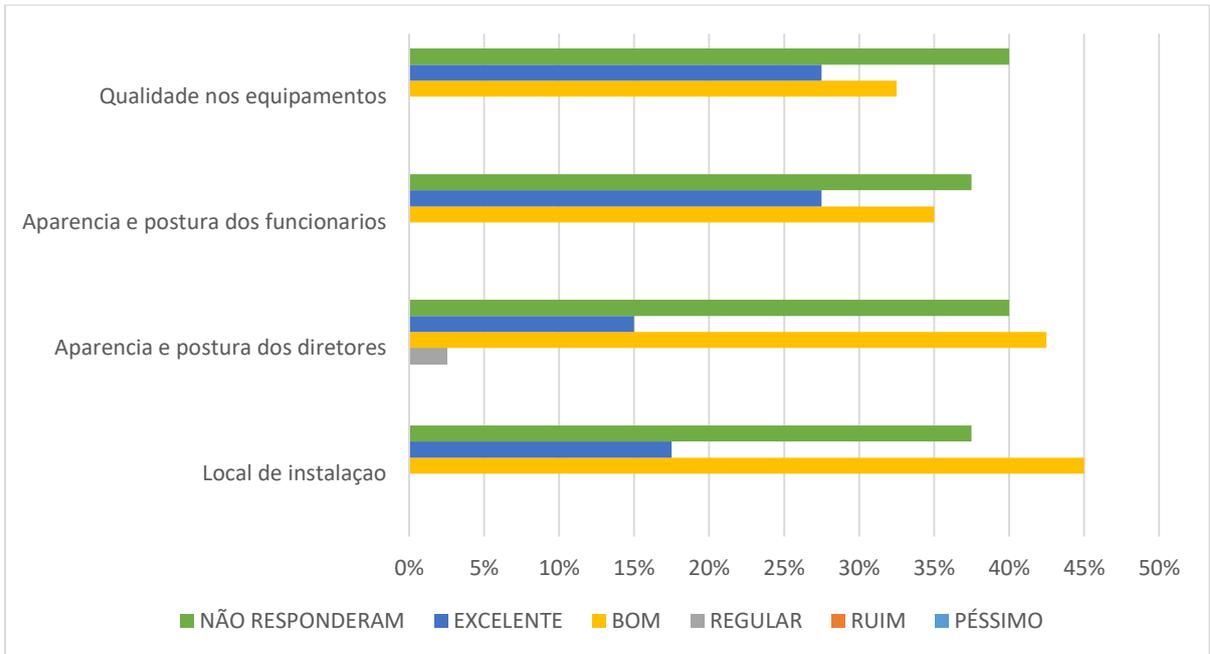
A unidade de atendimento começou a ser instalada no município no final de 2007, e foi através da Cresol Jaguaruna e com a organização dos agricultores do município, que a Cresol de Paulo Lopes está em funcionamento a 12 anos, no qual possui atualmente 975 associados. De acordo com dados do IBGE (2010) o município onde está instalada a agência, tem população estimada de 7.494 habitantes. Paulo Lopes é município integrante do Parque Nacional da Serra do Tabuleiro.

O Posto de atendimento atualmente disponibiliza atendimento não somente para agricultores, mas também para pessoas autônomas, empresas e pessoas físicas, oferecendo um grande portfólio de produtos e serviços, com custos menores e mais acessíveis, contribuindo para o desenvolvimento da economia local e melhor qualidade de vida de seus associados.

3.1 RESULTADOS E ANÁLISES

Os resultados obtidos através da pesquisa serviram de base para a tabulação dos dados e posterior análise da situação do nível de satisfação. Os Formulários foram aplicados entre dias 04 e 14 de novembro de 2019 de forma aleatória aos associados que adentravam na agência durante horário de atendimento. Houve também, em algumas questões associados que não responderam ou não opinaram para tal pergunta, o qual também vai estar descrito na análise qual esse percentual que não opinaram.

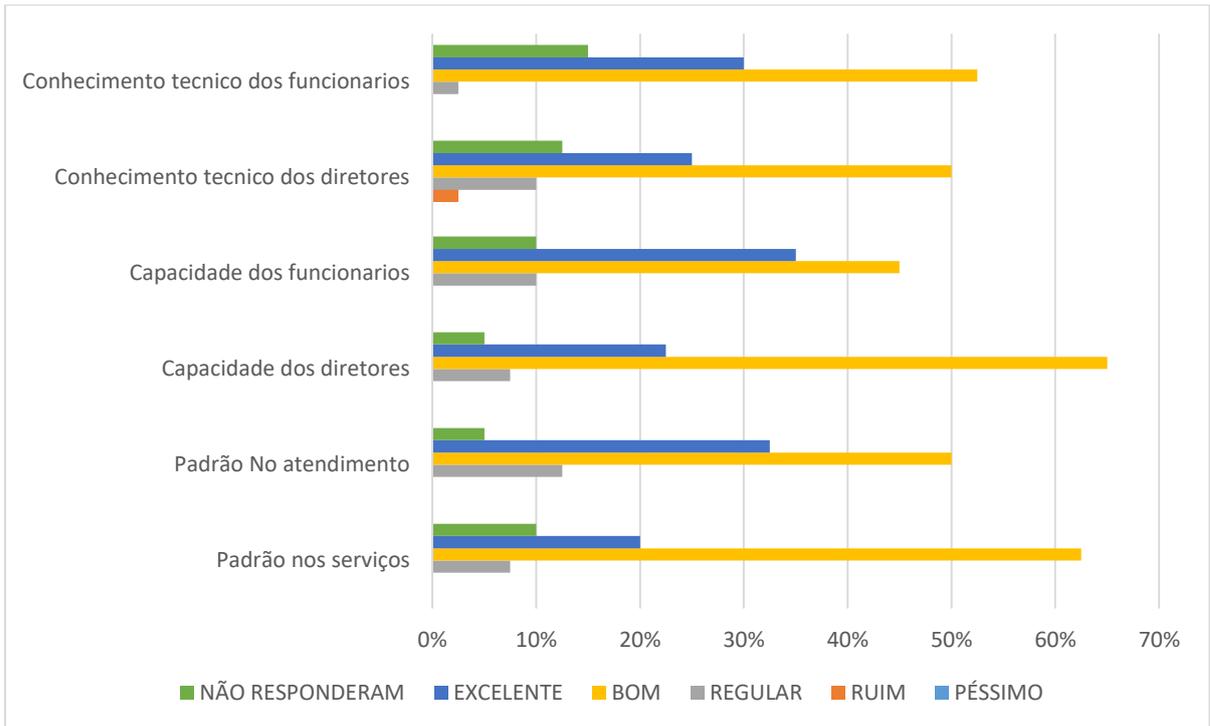
Gráfico 01 Tangíveis- Opinião sobre equipamento e instalações



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

No gráfico 01, nota-se que o item com maior aprovação, classificado como excelente, foi a qualidade dos equipamentos e também a aparência e a postura dos funcionários, que tiveram os mesmos valores, ou seja, 27,5%. No item aparência e postura dos diretores 42,5 % consideram bom, 15% excelente e 2,5% regular, sobre o local de instalação 45% consideram bom, 17,5% acham excelente. Não responderam ou não opinaram 40% para o item qualidade nos equipamentos e 40% para aparência dos diretores e 37,5% para local de instalação e aparência e postura dos funcionários.

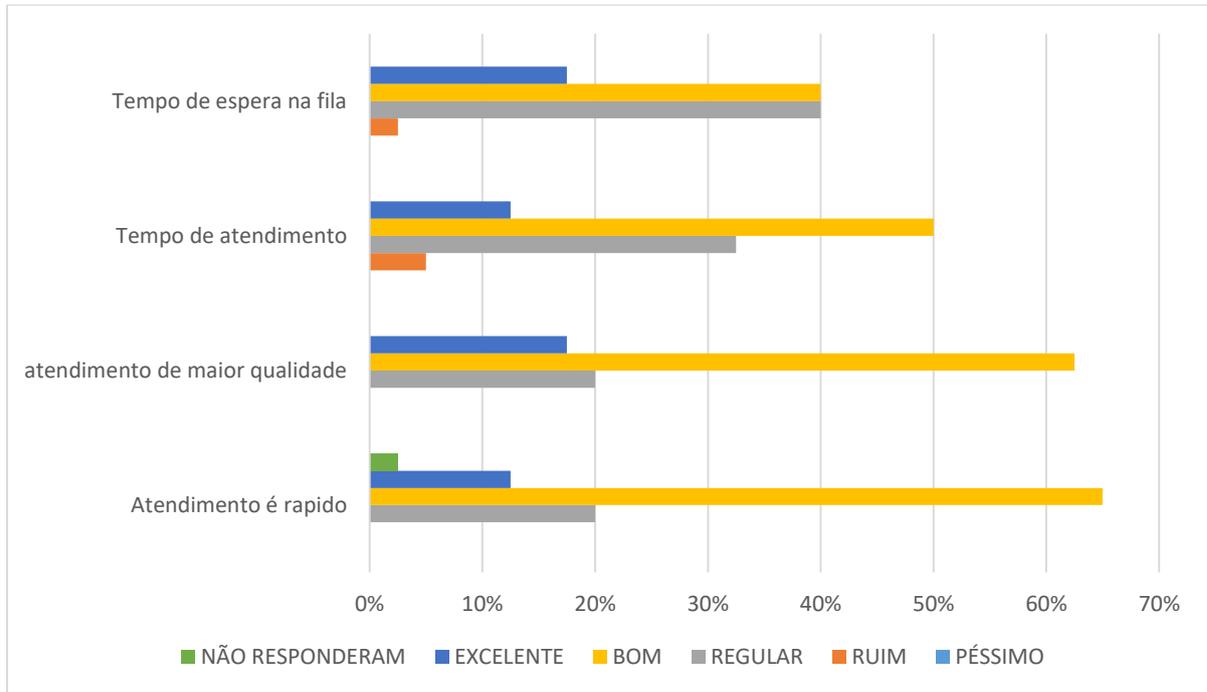
Gráfico 02: Consistência - Opinião sobre serviços, habilidades e conhecimentos



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

O gráfico 02 mostra a opinião dos associados sobre os serviços, habilidades e conhecimentos, onde no item sobre o conhecimento técnico dos funcionários, 2,5% acham regular, 52,5% acham bom, 30% excelente sendo que 15% não opinaram para este item. Sobre o conhecimento técnico dos diretores, 2,5% acham ruim, 10% regular, 50% bom e 25% excelente, sendo que 12,5% não opinaram. Em relação a capacidade dos funcionários, 10% consideram regular, 45% bom, 35% excelente e 10% não quiseram opinar. Sobre a capacidade dos diretores, 7,5% acham regular, 65% bom, 22,5% excelente e 55% não responderam. Quanto ao padrão no atendimento, 12,5% acham regular, 50% bom, 32,5% excelente e 5% não opinaram e para o item padrão nos serviços, 7,5% acham regular, 62,5% bom, 20% excelente ficando 10% dos entrevistados sem opinar neste item.

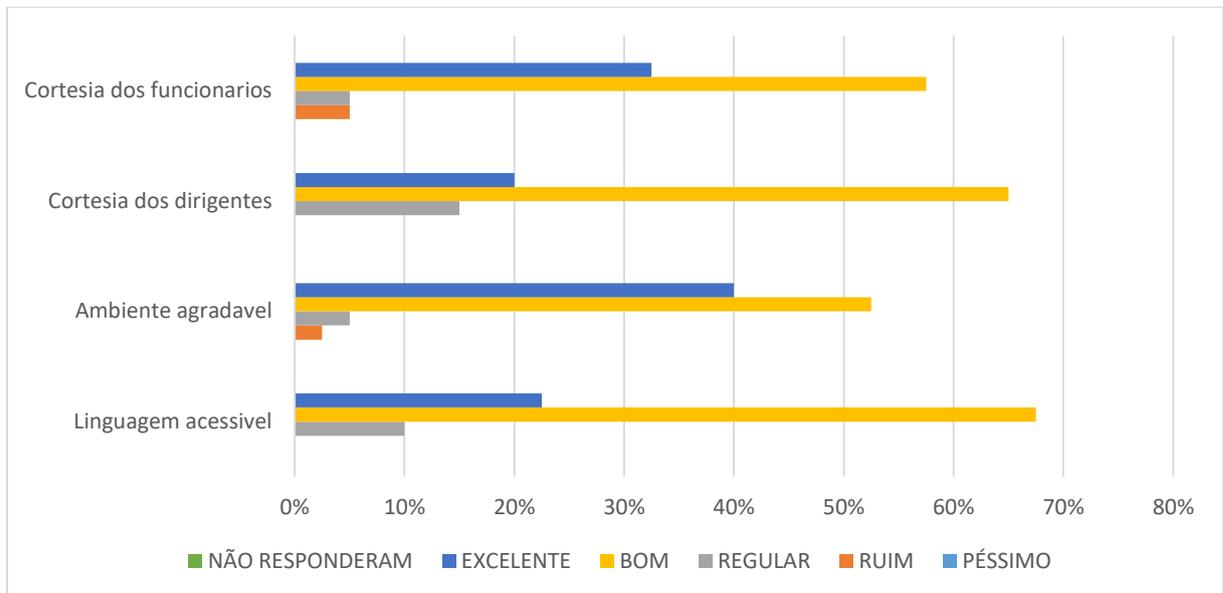
Gráfico 03: Consistência - Velocidade de atendimento



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

De acordo com gráfico 04, para o tempo de espera na fila, 2,5% consideram ruim, 40% regular e 40% bom, 17,5% acham excelente. Sobre o tempo de atendimento, podemos considerar satisfatório, já que apenas 5% ruim, 32,5% regular e 50%, metade dos entrevistados considera bom, 12,5% acham excelente. Quanto ao um atendimento de maior qualidade, 20% acham regular, 62,5% acham bom, mostrando que o associado pode se submeter a aguardar um pouco mais para ter um atendimento com mais qualidade, desses e 17,5% ainda consideram excelente. Sobre um atendimento mais rápido, 20% consideram regular, 65% bom, mostrando também que atualmente nesse mundo cada vez mais atarefado e digital, muitos dos associados também não querem perder muito tempo dentro da agência. Para este também 12,5% consideram excelente, sendo que 2,5% não responderam ou não quiseram opinar nesse item.

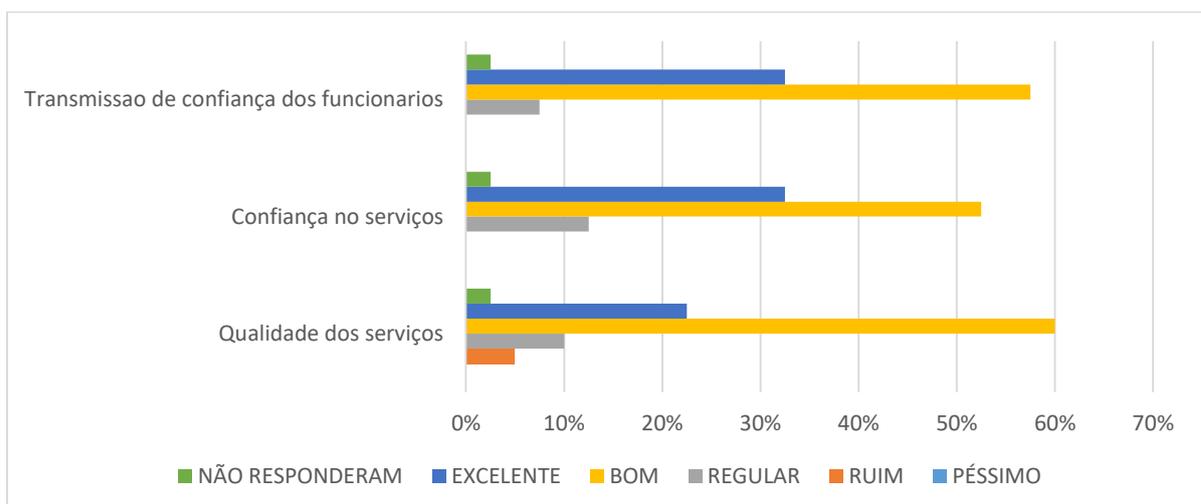
Gráfico 04: Consistência - Atendimento / Ambiente



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Sobre a cortesia dos funcionários, 10% acham regular e a grande maioria, 57,5%, opinaram ser bom e 32,5% excelente. Sobre a cortesia dos diretores, 15% regular, 65% bom e 20% excelente. Quanto ao item ambiente agradável, 2,5% acham ruim, 5% regular, 52,5% bom e 40% excelente. Para a linguagem de maneira acessível, 10% regular, 67,5% consideram bom e 22,5% excelente.

Gráfico 05: Consistência - Credibilidade e Segurança



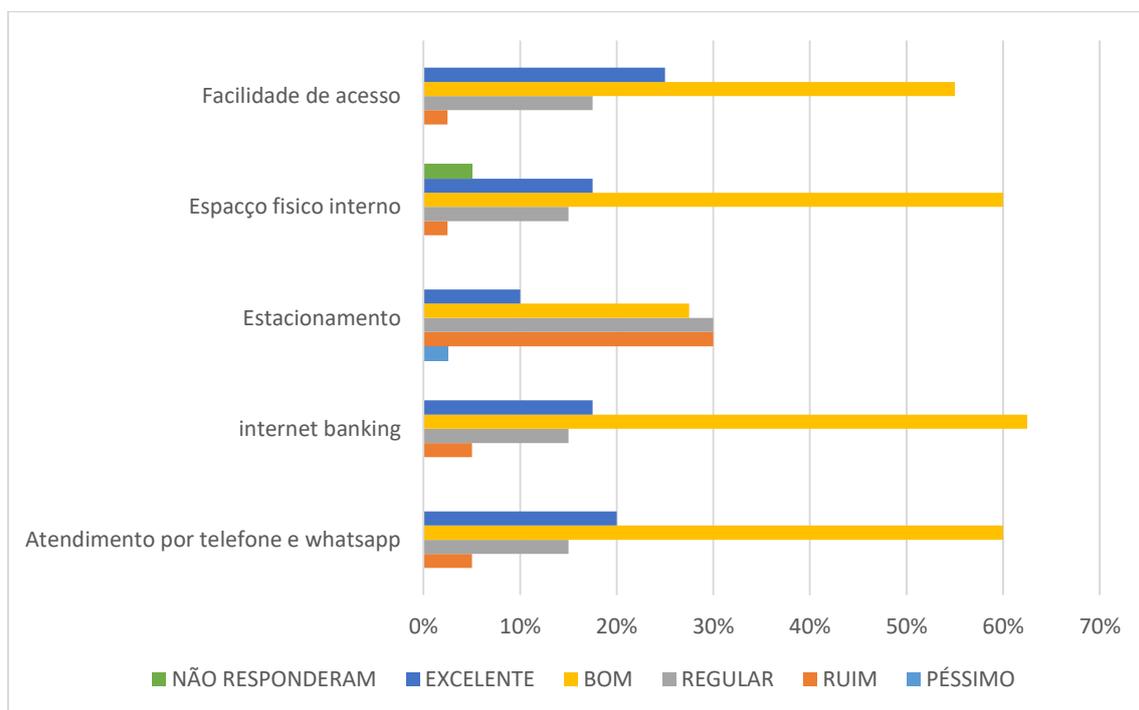
Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Sobre a confiança com relação aos funcionários, 57,5% considera bom, 32,5% excelente e 7,5% regular. Nesse item, 2,5% dos entrevistados não responderam ou não opinaram. Quanto

a confiança nos serviços prestados, 12,5% consideram regular, 52,5% bom e 32,5% excelente, se abstendo de opinar neste item, 2,5% dos entrevistados.

Com relação a qualidade dos serviços prestados, 60% consideram bom, 22,5% excelente, 5% ruim e 10% regular. Não responderam ou opinaram 2,5%. Nesse tópico da credibilidade e segurança, mostra que o nível de confiança dos associados para este item é satisfatório que mostra a transparência e empenho e seriedade nos processos e serviços desenvolvidos na agencia.

Gráfico 06: Consistência - Facilidade no acesso



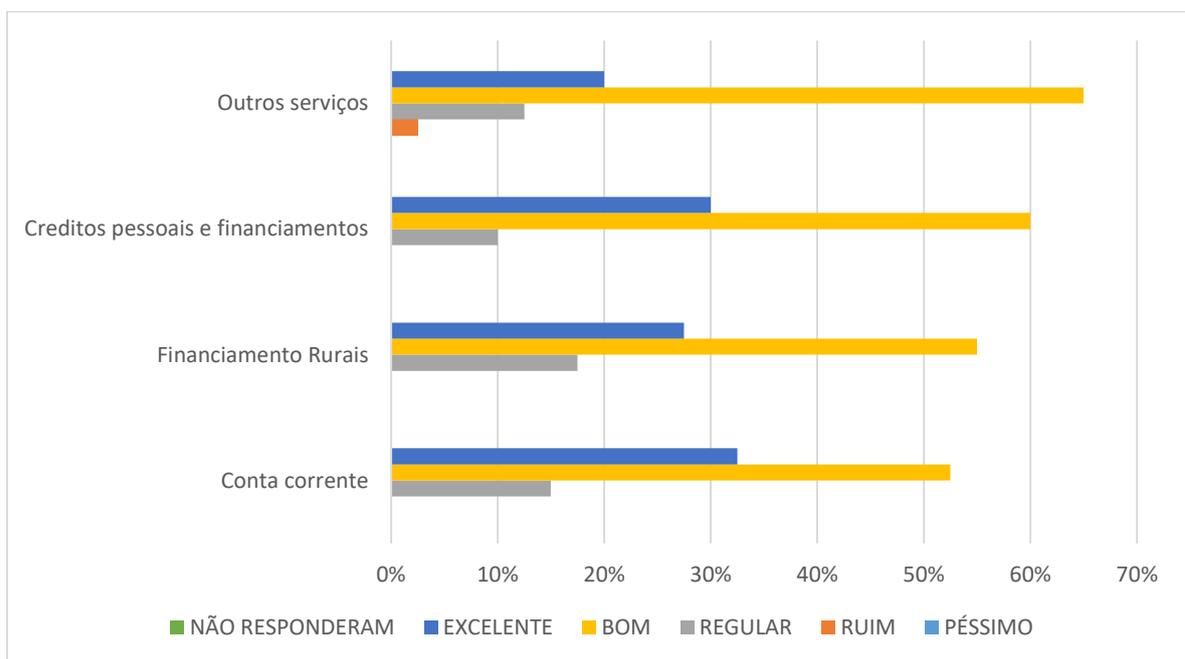
Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Com relação a facilidade no acesso 2,5% consideraram ruim, 17,5% regular, 55% bom e 25% excelente, mostrando que a agência está num local bom e de fácil acesso. Sobre o espaço físico interno, 2,5% ruim, 15% regular, 60% bom e 30% excelente, sendo considerado satisfatória pela maioria. De acordo com a figura 7, o item estacionamento foi o que obteve piores índices de apontamento, sendo considerado péssimo, por 2,5%, ruim por 30%, bom por 27,5% e excelente por 10%. Este item foi o que teve maior apontamentos negativos, necessitando de um estudo e ações que busquem alternativas para se melhorar esse apontamento. Com relação ao uso dos associados pelo internet banking, 5% ruim, 15% regular, 62,5% bom e 17,5% considerado excelente, mostrando que grande número de associados já se

utilizam dos meios eletrônicos para utilizar os produtos e serviços da cooperativa, trazendo mais agilidade e comodidade.

Para atendimento por telefone e WhatsApp, são meios que agilizam e facilitam certas partes do atendimento, porém, devido ao ramo de atividade e as leis de sigilo, muitas das informações solicitadas por esses meios, não podem ser passadas ou respondidas, mas mesmo com isso, a grande maioria, cerca de 60% consideram bom, 20% acham excelente, 5% opinaram ruim e 15% regular.

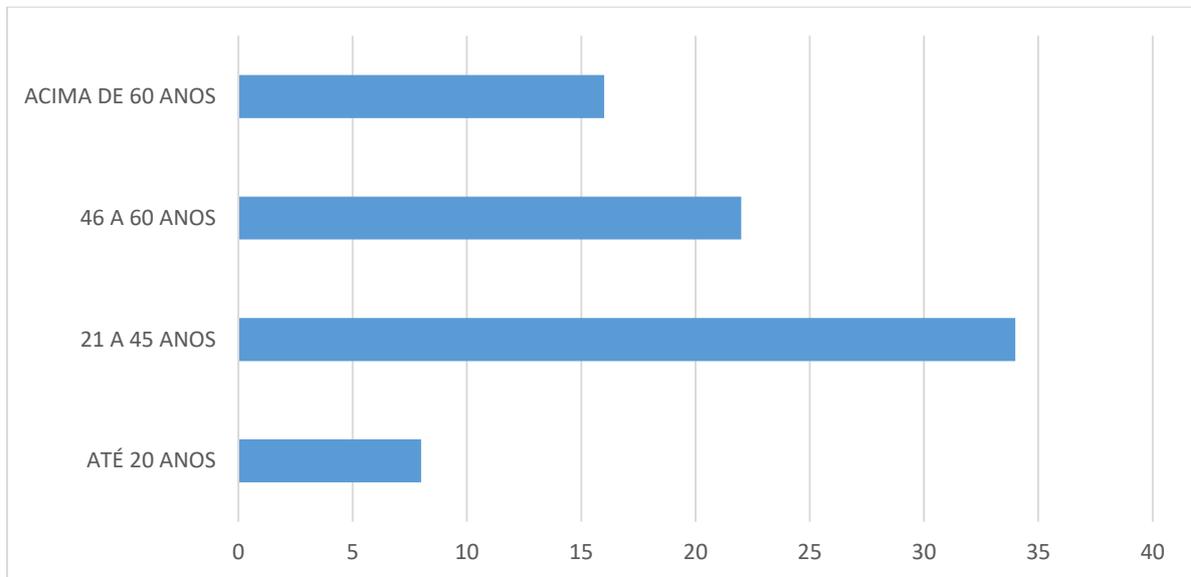
Gráfico 07: Consistência - Custo dos serviços



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Um dos diferenciais de uma cooperativa de crédito, é justamente prestar serviços financeiros a seus associados com taxa e valores mais acessíveis. A figura 8 mostra que foram classificados como bom todos os indicadores pesquisados sobre custo dos serviços, ficando com percentual entre 50% a 65%.

Gráfico 08: Consistência características dos entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

De acordo com figura 09, as faixas etárias dos associados entrevistados foram de 8 sócios que tinham até 20 anos, depois 34 associados de 21 a 45 anos, 22 associados de 46 a 60 anos e 16 sócios tinham idade acima de 61 anos. A interrogativa sobre a faixa etária do associado fazia parte do formulário, o qual foi entregue aleatoriamente aos associados que adentravam a agência e se permitiram responder ao mesmo.

4 CONCLUSÕES

Em relação a finalidade inicial da pesquisa, que era de avaliar qual o nível de satisfação dos associados da Cooperativa Cresol Jaguaruna – Posto de atendimento da cidade de Paulo Lopes, e diante dos dados apresentados, este estudo permitiu concluir que a maioria dos associados do posto de atendimento tem opinião satisfatória quanto aos produtos e serviços oferecidos e prestados pela agência.

Nesse contexto, observa-se que os maiores percentuais foram para o indicativo bom. Observa-se ainda que um dos itens com maior aprovação foi a linguagem acessível, com 67,5% dos associados apontando como bom, o que mostra que a forma de comunicação e linguagem utilizada pelos funcionários e diretores é simples e bem compreendida, contribuindo para um melhor relacionamento com o associado, que é um dos diferenciais das cooperativas de crédito frente aos bancos comuns, já que as mesmas priorizam um atendimento, mas presencial e humanizado. Sugere-se que a cooperativa continue investindo em treinamento e capacitação

para seus funcionários e diretores. Processo esse, que traz muitos benefícios, entre ele, mais confiança e credibilidade.

Por outro lado, o estudo mostrou que um dos itens com grande apontamento negativo, foi o quesito estacionamento. Este é um ponto que precisa ser melhorado na agência, mas com certa dificuldade de solucionar. Ela está situada em uma área com comércio e em frente a uma escola com grande trânsito de ônibus, veículos e pedestres, principalmente nos horários ditos de pico, e não conta com vagas de estacionamento próprio para agência, fazendo com que o associado precise estacionar na via, que não é estruturada para isso e constantemente acontecem bloqueios da rua para veículos maiores, como ônibus e caminhões, devido a largura da mesma e como em certos pontos também possui faixa amarela, o associados muitas vezes precisam sair da agência para mudar o veículo estacionado na rua para outro lugar para liberar a via e também para não correr risco de multas por estacionamento irregular. Melhorias na via e em sua estrutura, dependem da administração pública. Uma sugestão seria ver a possibilidade de locação de alguma área que sirva de estacionamento privativo para agência na já que há terrenos não ocupados e utilizados no seu entorno. Uma área para estacionamento traria uma maior comodidade aos associados quem procuram estacionar seu veículo para adentrar a agência.

De acordo com os dados da pesquisa foi possível verificar quais os produtos e serviços que podem ou devem ser melhorados pela cooperativa para um melhor atendimento a seus associados, e com isso, promover a fidelização dos mesmos, o que é muito importante para o seu desenvolvimento e crescimento perante o mercado competitivo.

REFERÊNCIAS

BACEN BANCO CENTRAL DO BRASIL. O que é cooperativa de crédito? Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cooperativacredito>>. Acesso em: 20 ago. 2019

BURIGO, F.L. **O sistema financeiro no capitalismo contemporâneo**. Florianópolis: Cepagro, 1996

BURIGO, Fábio Luiz. **Finanças e Solidariedade: cooperativismo de crédito rural solidário no Brasil**. Chapecó: Argos, 2010.

CRESOL CENTRAL. Sistema Cresol Central: institucional, [s.d.]. Página inicial. Disponível em: <www.cresolcentral.com.br>. Acesso em: 05 de set. de 2019.

CRESOLCENTRAL. **Cooperativismo de crédito solidário, o que é**. Acesso em 27 de nov de 2019. Disponível em <<https://blog.cresolcentral.com.br/cooperativismo-de-credito-solidario-o-que-e/>>

DIAZ, Marcos. O cooperativismo é uma importante ferramenta para promover o desenvolvimento social. **Animal Business Brasil**. Disponível em: <<https://animalbusiness.com.br/cenario-agro/desenvolvimento/o-cooperativismo-e-uma-importante-ferramenta-para-promover-o-desenvolvimento-social/>> Acesso em: 27 de novembro de 2019.

FARIAS Carlos A. Merkatus: **Ajudando nossos clientes a atrair clientes**. Acessado em 20 de novembro de 2019. Disponível em <http://merkatus.com.br/10_boletim/63.htm>

FUNDO GARANTIDOR DO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO. **O que é uma cooperativa de crédito?**: Entenda o seu funcionamento. Disponível em: <<https://www.fgcoop.coop.br/cooperativas-credito>>. Acesso em: 26 ago. 2019

GIANESI, Irineu; CORREA, Henrique Luiz. **Administração Estratégica de Serviços: eações para a satisfação do cliente**. 1 ed. 17 reimpr. São Paulo: Atlas, 2008

INFOCOS. **Ensaio sobre o cooperativismo solidário**. Francisco Beltrão: Midiograf, 2010. 470 p. Disponível em: <http://lemate.paginas.ufsc.br/files/2015/03/livro-cresol-15_anos.pdf>. Acesso em: 22 set. 2019

KOTLER, Pihilip. **Administração de marketing**, São Paulo: Atlas, 1996

LAMARCHE, Hugues. **A agricultura familiar: comparação internacional**. Tradução: Ângela Maria Naoko Tijiwa. Campinas: Unicamp, 1993.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo Financeiro: Percurso histórico, perspectivas e desafios**. [s.l]: Confebras, 2012.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **O Cooperativismo de crédito ontem, hoje e amanhã. Brasília**: Confebras, 2012

O que é cooperativa de Crédito? **Banco Central Do Brasil**, [s.d.]. Composição do SFN: Cooperativa de Crédito. Disponível em:<<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cooperativacredito>>. Acesso em: 20, novembro de 2019

PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de Crédito: História da Evolução Normativa no Brasil**. 6 ed. Brasília: BCB, 2008

SHIOZAWA, Ruy S.C. **Qualidade no atendimento e tecnologia da Informação**. São Paulo: Atlas S.A, 1993.

SICREDI: COOPERATIVISMO DE CRÉDITO. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/html/conheca-o-sicredi/cooperativismo/>. Acesso em: 17 novembro 2019.

UNICAFES. Disponível em <http://www.unicafes.org.br>. Acesso em 18 de novembro de 2019.