

PÓS-VENDA COMO FATOR DE SUCESSO PARA MANUTENÇÃO DE COOPERADOS EM UMA COOPERATIVA AGROPECUÁRIA

SANTOS, Valdemar Dias dos (Orientador)

Docente e Coordenador do Curso de Administração em Agronegócio das Faculdades Integradas de Navirai - FINAV - Navirai - MS

A escolha do presente trabalho sobre qualidade de atendimento pós-venda, vem de encontro às novas exigências que as organizações cooperativistas estão enfrentado frente à economia globalizada. É um tema atual, relacionado ao sucesso e a sobrevivência das organizações. É necessário que as empresas possuam um relacionamento de qualidade com seus associados, buscando sempre estratégias eficazes para o processo de satisfação e retenção de clientes (associados). Além disso, deve-se ter em mente que a manutenção e sua satisfação estão interligadas. O trabalho desenvolvido serve para refletir a maneira como as organizações cooperativistas atuam frente à qualidade de atendimento pós-venda. Estas organizações precisam conscientizar-se cada vez mais da necessidade de prestar um serviço de pós-venda com qualidade, a fim de garantirem a manutenção dos associados atuais a longo prazo, buscando sempre a melhoria e a inovação. Para o desenvolvimento deste trabalho, utilizamos pesquisa bibliográfica, sites na internet, jornais, revistas e periódicos do setor cooperativista, contato direto com agricultores cooperados, multinacionais fornecedores de insumos e implementos agrícolas, os dados estatísticos, números, tabelas e gráficos foram pesquisados em sites na internet e revistas especializadas. A conscientização do corpo Diretivo da cooperativa e funcionários; e o entendimento de que o produtor cooperado, mesmo ele sendo sócio e ao mesmo tempo ele também é cliente, e que esta relação deva ser a mais profissional possível, respeitando e conservando assim as teorias doutrinárias do cooperativismo e o aspecto mercadológico do capitalismo. Com a globalização da economia, com a abertura de mercado e blocos econômicos, as organizações cooperativistas precisam trabalhar e agir com competitividade, ter uma visão global de toda a cadeia do agronegócio, conhecer e valorizar cada vez mais os associados que mantém relações de negociações, a fim de evitar a exclusão do sistema produtivo. Além disso, que as idéias e sugestões possam servir de suporte e melhorias para a reestruturação que o setor vem atravessando a nível de gestão, com uma nova mentalidade e visão do agribusiness mundial.

e-mail: valdemar10@uol.com.br