



**O PROCESSO DE ESCOLHA ENTRE O BOM ATENDIMENTO E/OU  
ACESSIBILIDADE AO CRÉDITO: UMA PESQUISA REALIZADA EM UMA  
COOPERATIVA DE CRÉDITO DE MONTE CARMELO – MG**

Diego Ferreira dos Santos<sup>1</sup> ([o8diego8o@hotmail.com](mailto:o8diego8o@hotmail.com))

Cassio Raimundo Valdisser<sup>2</sup>

**RESUMO:**

**Introdução:** Este artigo busca contribuir para a área da Administração. Em termos práticos, a contribuição desta pesquisa ocorre no auxílio à gestão estratégica das atividades da organização, podendo assim melhorar o desempenho das operações e reduzir custos, constituindo-se em uma vantagem competitiva para a empresa. Cada pessoa procura um tipo de atendimento: as pessoas de classes sociais mais elevadas procuram instituições financeiras que oferecem a liberação de crédito mais fácil e rapidamente, já as de classes sociais mais baixas têm maior procura por um bom atendimento e, também, há pessoas que procuram ambos os requisitos. Assim, foi realizada esta pesquisa, para identificar o que realmente cada pessoa procura ao ir até uma instituição financeira, e como atendê-la de acordo com as suas exigências. **Objetivos:** Realizar um estudo que possa auxiliar as instituições financeiras a compreender o processo de escolha dos clientes que procuram pelos produtos e/ou serviços ofertados pela instituição. **Metodologia:** Este artigo foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica realizada em publicações sobre a temática em livros, revistas, artigos científicos, periódicos, entre outros. Realizou-se ainda uma pesquisa quali-quantitativa – em que as relações sociais possam ser analisadas em seus aspectos mais ‘concretos’ e aprofundadas em seus significados mais essenciais – e exploratória com aplicação de questionários para 50 (cinquenta) clientes da Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Monte Carmelo e Região Ltda – SICOOB MONTECREDI. **Resultados:** Por meio desta pesquisa, obteve-se como resposta para a pergunta “O que é decisivo para o cliente no processo de escolha entre o bom atendimento e/ou acessibilidade ao crédito?”, na verdade o que é decisivo para obter novos clientes são tanto o atendimento (que atrai e aumenta a satisfação dos clientes), quanto a acessibilidade ao crédito (que é um complemento do atendimento, fidelizando os clientes).

---

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

<sup>2</sup> Orientador – Prof. Me. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



**Considerações finais:** Esta pesquisa teve como propósito orientar as instituições financeiras do atual cenário financeiro e visualizar o que as pessoas estão procurando no momento para abrir uma conta. Esta pesquisa teve como limitação a amostra, que foi de apenas 50 (cinquenta) cooperados da cooperativa, representando aproximadamente 2% do total dos associados que a cooperativa em estudo possui no momento. Para obter um resultado mais preciso, seria necessário aplicar o questionário a uma quantidade maior de cooperados. Com isso, as pessoas que realizarem algum estudo semelhante, poderão obter resultados totalmente diferentes.

**Palavras-chave:** Cooperativa. Atendimento. Crédito.