

MODELAGEM DE SISTEMAS DE SERVIÇO DO AGRONEGÓCIO PARA TRATAMENTO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE DE EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS

Bruno Thomaz Belotto ¹

Valter Castelhana de Oliveira ²

^{1,2} Faculdade de Tecnologia de Indaiatuba “Dr. Archimedes Lammoglia”
brunotbelotto@gmail.com ¹; valter.oliveiral@fatec.sp.gov.br ²

1. Introdução

Com a ascensão do agronegócio e do setor de serviços, juntamente com a alta produtividade destes setores, criam-se novas estratégias para sustentar a crescente demanda. No entanto, os procedimentos ligados a estes setores necessitam maior conhecimento acerca do relacionamento entre os envolvidos, que são o agricultor e o fornecedor de equipamentos e insumos agrícolas. O presente trabalho tem como objetivo entender através de pesquisas em artigos, livros e conteúdos referentes ao setor agrícola e ao setor de serviços, a experiência do cliente e o serviço de pós-venda de máquinas e implementos agrícolas na região de Indaiatuba/SP. Assim, este trabalho propõe desenvolver a modelagem e a aplicação de técnicas e métodos que visam a particularização e o design de serviços. Para tanto, foi realizada a pesquisa de campo através de entrevistas para coleta de dados que foram utilizados como requisitos na modelagem. As plataformas que auxiliaram no desenvolvimento deste trabalho foram o *Enterprise Architect* (Sparx, 2019) e o *framework* SOMF (Bell, 2008), aplicados neste contexto ao tratamento da experiência dos clientes da rede de concessionárias de tratores e a fabricante de tratores e implementos agrícolas.

2. Metodologia

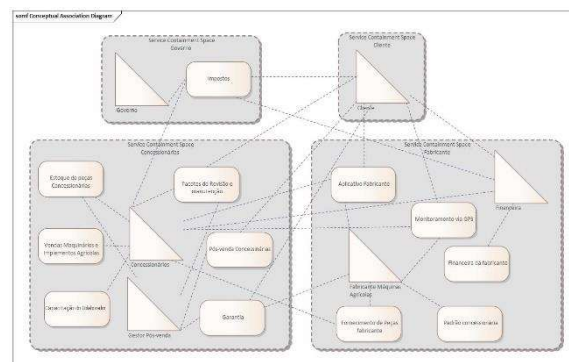
Neste trabalho foi utilizada a pesquisa de campo para coletar informações através de visitas técnicas à concessionária de maquinários agrícolas e entrevistas com profissionais da rede e profissionais da fabricante dessas máquinas, como fonte essencial de coleta de dados para uma análise do conteúdo e aplicação na ferramenta de modelagem dos dados e dos processos. O objetivo é entender, através de pesquisas, artigos, livros e conteúdos referentes ao setor agrícola e de ao setor serviços, a experiência do cliente e o serviço de pós-venda de máquinas e implementos agrícolas.

3. Resultados e Discussões

A modelagem teve início com os resultados da análise de dados buscando entender quais são os pontos específicos a serem abordados e os principais requisitos tratados neste projeto e a ligação quadridimensional do trabalho entre o

consumidor de máquinas e implementos agrícolas, o concessionário, o fabricante e o governo, conforme apresentado na figura 1.

Figura 01 – Diagrama de Associação Conceitual do relacionamento quadridimensional.



Fonte: autoria própria.

4. Conclusões

O resultado da modelagem trouxe o entendimento da pseudo-união entre a concessionária, o cliente e a fabricante de máquinas agrícolas, expondo os principais serviços que são oferecidos, entregando uma melhor experiência aos consumidores e interligando o cliente com o concessionário e também com a fabricante.

5. Referências

- CNAE. 2007. **Classificação Nacional de Atividades Econômicas**. Versão 2.0 ISBN 978-85-2403972-0.
- KOTLER, P. KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. Person. 14 ed. 2012. P. 796).
- MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7a edição ed. São Paulo, SP, Brasil: Editora Atlas, 2011.
- OLIVEIRA, V. C. de; SILVA, J. R.; DANIEL, L. A. **Engenharia de serviço aplicada ao agronegócio**. *Revista de Estudos e Reflexões Tecnológicas da Faculdade de Indaiatuba*, n. 13, p. 14, 2013.