

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS PASSO FUNDO
ESTÁGIO SUPERVISIONADO

AMANDA REGINA LEITE

ANÁLISE DA COOPERAÇÃO NOS ARRANJOS COOPERATIVOS DO
AGRONEGÓCIO:
O caso dos produtores rurais associados às cooperativas do norte do RS

PASSO FUNDO

2017

AMANDA REGINA LEITE

**ANÁLISE DA COOPERAÇÃO NOS ARRANJOS COOPERATIVOS DO
AGRONEGÓCIO:
O caso dos produtores rurais associados às cooperativas do norte do RS**

Estágio Supervisionado apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Passo Fundo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração.
Orientador: Prof^a. Dr^a. Ana Claudia Machado Padilha

PASSO FUNDO

2017

AMANDA REGINA LEITE

**ANÁLISE DA COOPERAÇÃO NOS ARRANJOS COOPERATIVOS DO
AGRONEGÓCIO:
O caso dos produtores rurais associados às cooperativas do norte do RS**

Estágio Supervisionado aprovado em ____ de _____ de 2017, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração no curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Passo Fundo, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Prof^a. Dr^a. Ana Claudia Machado Padilha
UPF – Orientadora

Prof.
UPF

Prof.
UPF

PASSO FUNDO

2017

Dedico este trabalho ao meu noivo por todo amor
carinho e incentivo e aos meus pais, pela dedicação,
educação e amor que sempre tiveram comigo
durante a vida e nas dificuldades deste percurso.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer, em primeiro lugar, a Deus, pela força e coragem e por não me deixar desanimar nos momentos difíceis dessa trajetória.

Aos meus pais, que foram minhas fontes de incentivo e sabedoria, agradeço a vocês pela educação e os valores que me passaram e por tudo que me proporcionam.

À minha querida orientadora Ana Claudia Machado Padilha, por estar sempre disposta a me atender e por me apresentar a iniciação científica, demonstrando sempre interesse pela pesquisa. Agradeço por toda ajuda, compreensão e inspiração.

Ao meu noivo Thoni pelo apoio, pelo incentivo que tive ao longo desta trajetória e por sempre acreditar no meu potencial, por todo amor, carinho e paciência.

A todos meus amigos e colegas de Faculdade, pelas trocas de conhecimento. Um agradecimento especial à amiga e colega Ariane, e a aluna do PPGAdm Daiane por me auxiliar na parte prática do trabalho, coletando dados da pesquisa, demonstrando dedicação e interesse.

A Universidade de Passo Fundo, pela oportunidade de realizar este curso e participar do programa de iniciação científica.

A todo que direta ou indiretamente contribuíram para a realização da minha formação.

“Você não pode mudar o vento, mas pode ajustar as velas do barco para chegar onde quer”.

CONFÚCIO

RESUMO

LEITE, Amanda Regina. **Análise da cooperação nos arranjos cooperativos do agronegócio: O caso dos produtores rurais associados às cooperativas do norte do RS.** Passo Fundo. 2017. 61 f. Estágio Supervisionado (Curso de Administração). UPF, 2017.

O presente estudo possui como objetivo geral, compreender quais são os elementos presentes nos arranjos cooperativos organizacionais do agronegócio que facilitam e dificultam a cooperação. Para atingir tal objetivo foi realizada pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualitativa e quantitativa. O público alvo da pesquisa foram produtores rurais que desenvolveram suas atividades, envolvendo formas de cooperação e que estivessem associados há alguma cooperativa. No que se refere à seleção dos participantes do estudo, a escolha orientou-se pelo critério de amostragem não-probabilística. A pesquisa compreendeu a coleta de dados primários e secundários. A técnica foi de análise de conteúdo e estatística descritiva para analisar os dados coletados nos questionários. O estudo buscou identificar os elementos e fatores que justificam a decisão dos produtores de cooperarem através das cooperativas e ainda levantar quais os ganhos de conhecimento decorrentes do processo, e qual a percepção de confiança e fidelidade os associados tem em relação à cooperativa e os outros cooperados.

Palavras-chaves: Arranjos cooperativos. Confiança. Cooperativas.

ABSTRACT

LEITE, Amanda Regina. **To analyze the company of cooperative agribusiness arrangements: The case of the rural producers associated to the cooperatives of the north of the RS.** Deep step. 2017. 61 f. Supervised Internship (Administration Course). UPF, 2017.

The present study has as general objective to understand what are the elements present in the cooperative organizational arrangements of agribusiness that facilitate and hinder cooperation. To achieve this objective, exploratory research was carried out, with a qualitative and quantitative approach. The target audience of the research were rural producers who developed their activities, involving forms of cooperation and who were associated with some cooperative. With regard to the selection of study participants, the choice was guided by the non-probabilistic sampling criterion. The survey comprised the collection of primary and secondary data. The technique was of content analysis and descriptive statistics to analyze the data collected in the questionnaire. The study sought to identify the elements and factors that justify the producers' decision to cooperate through cooperatives and also to establish the knowledge gains arising from the process, and what the perception of trust and loyalty the associates have in relation to the cooperative and the other cooperatives .

Keywords: Cooperative arrangements. Confidence. Cooperatives.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Participantes da pesquisa.....	29
Tabela 2 - Grau de escolaridade da família e funcionários	32
Tabela 3 - Origem de renda dos entrevistados	33
Tabela 4 - Atividades que os proprietários faziam antes de assumir a propriedade.....	34
Tabela 5 - Razões de ingresso na cooperativa	35
Tabela 6 - Frequência de participação na cooperativa	36
Tabela 7 - Periodicidade da assistência técnica realizada pela cooperativa	36
Tabela 8 - Vantagens de associar-se a cooperativa	37
Tabela 9 - Grau de confiança dos cooperados em relação aos membros da cooperativa....	38
Tabela 10 - Variáveis de influência sobre fidelidade dos cooperados	39
Tabela 11 - Fontes de busca de informação para tendências de mercado e produção	41
Tabela 12 - Fontes de busca de inovação em produtos e serviços para a produção e propriedade	41
Tabela 13 - Relacionamento com demais produtores.....	42

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Objetivos da cooperação	21
Quadro 2 - Motivos que induzem a formação de relacionamentos interorganizacionais....	22
Quadro 3 - Princípios do cooperativismo	24
Quadro 4 - Categorias de análise	30
Quadro 5 - Desvantagens de ser sócio na cooperativa	37
Quadro 6 - Informações e técnicas compartilhadas com outros produtores.....	43
Quadro 7 - Atividades organizadas pela cooperativa para promoção de conhecimento	44
Quadro 8 - Práticas de produção e gestão	44
Quadro 9 - Inovações e /ou descobertas na propriedade	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Identificação e justificativa do problema	12
1.2	Objetivos	13
<i>1.2.1</i>	<i>Objetivo geral</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2</i>	<i>Objetivos específicos</i>	<i>13</i>
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	Agronegócio e competição	15
2.2	Estratégias organizacionais, cooperativas e colaborativas	17
2.3	Arranjos organizacionais cooperativos no agronegócio	18
2.4	Contexto histórico cooperativista e as organizações cooperativistas	23
<i>2.4.1</i>	<i>Fidelidade e confiança no processo de cooperação</i>	<i>25</i>
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
3.1	Delineamento da pesquisa	27
3.2	População e amostra	28
3.3	Procedimento e técnicas de coleta de dados	29
3.4	Análise e interpretação dos dados	30
4	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	32
4.1	Caracterização dos pesquisados	32
4.2	Elementos e fatores que justificam a cooperação em arranjos organizacionais cooperativos	34
4.3	Percepção de confiança e fidelidade	38
4.4	Ganhos de correntes do processo de cooperação	40
4.5	Sugestões e recomendações	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICES	52
	APÊNDICE A- Questionário	53
	APÊNDICE B- Termo de Consentimento	60

1 INTRODUÇÃO

A intensa competição de mercado tem levado diversos setores da economia brasileira a repensar, analisar e planejar melhor seus negócios, pois à medida em que novos negócios surgem e se proliferam, outros acabam ficando obsoletos.

A competitividade no setor do agronegócio brasileiro vem fazendo com que alguns produtores rurais, no caso os pequenos, tenham dificuldades de se posicionar e competir com grandes produtores. Isto ocorre porque produtores com maior potencial de produção, conseguem barganhar preços e contratos mais atrativos com os compradores por possuírem um potencial de produção superior. Neste contexto o cooperativismo apresenta-se como uma alternativa aos pequenos, médios e até mesmo os grandes produtores, por ser uma forma onde todos se unem em favor de um objetivo em comum (CASTELLS, 1999).

Para que os produtores consigam obter uma competitividade superior aos demais é necessário que os mesmos conheçam a importância da profissionalização no meio rural, que hoje é uma exigência do mercado. Dentro deste contexto, se destacam algumas práticas tais como a adoção de novas tecnologias de produção, os cultivos e inovações, os investimentos nas pessoas da propriedade, proporcionando treinamentos, o aperfeiçoamento nessas novas tecnologias e a atenção as frequentes variações e tendências do mercado.

É importante para o produtor rural reconhecer a propriedade como uma empresa e saber diferir os interesses pessoais dos interesses do negócio, ter uma visão de longo prazo e principalmente planejar e preocupar-se com a possível sucessão familiar.

Muitas vezes, produtores sentem-se desestimulados pela falta de incentivos governamentais e apoio técnico para as pequenas propriedades, bem como acesso precário as estradas que levam até as propriedades, o que por consequência acaba dificultando o escoamento da produção e o próprio deslocamento até grandes centros. Muitos filhos de produtores dizem não ter interesse em continuar na sucessão das propriedades, em vista dessas dificuldades enfrentadas diariamente por seus familiares, levando ainda em consideração a falta de segurança no meio rural que vem aumentando nos últimos anos.

Existem ainda fatores como a competitividade frente a grandes produtores que conseguem ter mais acesso a insumos e contratos mais atrativos na venda da produção. Os pequenos produtores acabam por vezes tendo que diversificar seus meios de produção e sustento para se manterem no campo, o que surge como uma oportunidade e ao mesmo tempo como um desafio a ser superado, pois demandará que esses pequenos produtores se profissionalizem e busquem fontes de informações externas.

Diante dessas dificuldades enfrentadas pelos pequenos produtores rurais, as cooperativas e entidades assistenciais e de pesquisa tem um papel fundamental servindo de apoio e orientação para que estes possam agregar valor a seus produtos e conseguirem manter-se competitivos, incentivando-os a permanecerem no campo.

Nesse sentido destacam-se outras maneiras desses produtores competirem, como por exemplo, a cooperação com grupos de produtores do mesmo segmento que o seu ou diferentes, que juntos podem acabar somando forças, pois pequenos produtores organizados nas formas tradicionais, trabalhando de forma individual, enfrentam obstáculos com relação aos novos desafios.

Nesse sentido, em se tratando de estratégias cooperativas, citam-se os arranjos cooperativos. Para Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000), os arranjos cooperativos de modo geral são alianças interorganizacionais entre parceiros que buscam realizar um projeto comum em uma relação com certo grau de interdependência e gerando benefícios para ambos.

Fazendo referência às estratégias cooperativas demandam uma compreensão da origem do comportamento cooperativo e das suas consequências em um ambiente de negociações. “Cooperar é atuar junto, de forma coordenada, no trabalho ou nas relações sociais para atingir metas comuns. As pessoas cooperam pelo prazer de repartir atividades ou para obter benefícios mútuos” (CAMPOS *et al.*, 2003, p.25).

1.1 Identificação e justificativa do problema

A disputa por competitividade no agronegócio brasileiro vem fazendo com que produtores rurais, de pequeno e médio potencial de produção busquem alternativas atrativas para comercializar a produção, pois ao longo de toda cadeia produtiva, especificamente no ato da venda ou negociação da produção esses produtores encontram outros produtores com de potencial de produção superior ao seu, e então acabam não conseguindo competir de igual maneira. Como alternativa uma igualitária e democrática surge o cooperativismo.

O Brasil possui mais de 6,8 mil cooperativas distribuídas em 13 ramos de atividades. Nos últimos anos o número de cooperados alcançou o patamar de 11,5 milhões de associados. As cooperativas brasileiras geram cerca de 338 mil empregos formais, a atividade que tem o maior número de cooperativas é o setor agropecuário com 1.597 cooperativas em todo o Brasil (OCB, 2016). As cooperativas desempenham papel fundamental na estruturação do

setor agrícola no Brasil, contribuindo para fixação do homem no campo e para a melhoria da distribuição de renda no setor agrícola, com importância social e econômica.

Segundo Braga e Reis (2002), as cooperativas desenvolvem serviços que antes eram oferecidos pelo serviço público, sendo muitas vezes a única forma de organizar e comercializar a produção, permitindo que o pequeno produtor possa ter seu poder de barganha aumentado e agregando valor aos seus produtos, distribuindo os resultados de forma justa entre seus membros.

No entanto os arranjos cooperativos, tais como as organizações cooperativas, existem para melhorar a adequação dos produtores frente a globalização, que afeta todos os setores da economia, não somente indústrias, não estando as organizações do agronegócio fora deste escopo, a para que exista preocupação em mantê-lo competitivo e sustentável, unindo-se as cooperativas para serem mais competitivos.

Este estudo visa entender as relações entre os cooperados e suas cooperativas, bem como os motivos que levam os produtores a se organizarem em forma de cooperativa, sabendo que estas podem agregar maior competitividade e benefícios comuns aos seus associados. Sendo assim, a pergunta norteadora deste estudo é: **Quais são os elementos presentes nos arranjos cooperativos do agronegócio que facilitam e dificultam a cooperação?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Compreender quais são os elementos presentes nos arranjos cooperativos do agronegócio que facilitam e dificultam a cooperação.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar os elementos que levam os produtores rurais a cooperarem através das cooperativas;
- b) Levantar os motivos presentes nas relações que justificam a decisão de atuar ou não de forma coletiva;

- c) Analisar os ganhos de conhecimento, informação, inovação decorrentes do processo de cooperação.
- d) Identificar a percepção de confiança/fidelidade do associado nas relações estabelecidas entre as cooperativas com seus cooperados;
- e) Construir um conjunto de informações relacionados à pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção tem como objetivo apresentar as principais referências que sustentam a realização da pesquisa.

2.1 Agronegócio e competição

Dentre os diferentes setores da economia um dos que mais se destaca é o agronegócio por ser identificado como uma das principais atividades econômicas do Brasil, onde existem diversas cadeias produtivas e um vasto potencial produtivo.

O termo conhecido como agronegócio foi conceituado por dois autores norte-americanos, sendo John Davis e Ray Goldberg, em 1957. O termo é conhecido nos EUA como *agrobusiness*. Os autores apresentaram o agronegócio como sendo a soma das operações de produção e distribuição de suprimentos, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles.

Batalha (2009) define o agronegócio como o conjunto de atividades econômicas, tecnológicas, políticas e sociais ligadas a produção, a transformação, a distribuição e ao consumo de produtos de origem animal e vegetal.

No Brasil, onde a atuação agrícola é notável, após a abertura econômica vigente no país a partir da década de 1980, o agronegócio passou a ter grande importância, principalmente para o mercado de exportação de *commodities* que é um dos setores que mais movimentam o agronegócio brasileiro (BATALHA; SILVA, 2007).

De modo geral, a competitividade pode ser entendida como a capacidade sustentável de sobreviver e crescer nos mercados concorrentes ou em novos mercados através de um sistema de informações capaz de suprir as necessidades gerenciais derivadas do planejamento de longo prazo.

Segundo Jank e Nassar (2000) sob o enfoque dos sistemas agroindustriais, em decorrência da globalização afirmam que a competitividade pode estar dividida em três blocos:

- capacidade produtiva/tecnológica: relacionada às vantagens de custo que são reflexos da produtividade dos fatores de produção e/ou logística;

- capacidade de inovação: relacionados aos investimentos públicos ou privados em ciência, tecnologia e formação de capital humano;
- capacidade de coordenação: capacidade de receber, processar, difundir e utilizar informações de modo a definir e viabilizar estratégias competitivas e reagir às mudanças do meio ambiente.

A compreensão mais ampla sobre esta rede de variáveis que estão relacionadas ao ambiente competitivo do agronegócio torna-se vital para a elaboração de políticas específicas que criem condições favoráveis incluindo instrumentos legais, financeiros e técnicos a fim de tornar possível o desenvolvimento de estratégias organizacionais.

Portanto, a disputa de mercado no campo do agronegócio vem fazendo com que os produtores rurais, de pequeno e médio potencial de produção, busquem alternativas atrativas para comercializar a produção, pois ao longo do percurso, especificamente no ato da venda da produção esses produtores encontram outros produtores com potencial de produção superior ao seu, e então acabam não conseguindo competir de igual maneira. Castells (1999) destaca que as organizações tradicionais, quando realizam suas atividades de forma individual, estão propensas a enfrentarem obstáculos com relação aos novos desafios.

No cenário econômico atual, onde o ambiente organizacional é altamente competitivo, estabelecido por frequentes variações de mercado, o que faz com que as organizações tenham que ajustar a estratégia inicialmente planejada e, adotar uma estratégia emergente que possa ser rapidamente implementada com o objetivo de que a organização não deixe de ser competitiva. O que torna ainda mais difícil é se o ambiente em que a organização estiver inserida oferecer recursos em abundância, pois consecutivamente o número de competidores será grande (HENDERSON, 1989).

O termo competitividade está relacionado à capacidade sustentável de uma organização sobreviver em mercados concorrentes ou em novos mercados; estratégias voltadas ao incremento de competitividade podem ser adaptadas para atores individuais, organizações ou para atores em conjunto, nesse caso os arranjos cooperativos (PORTER 1986). A consolidação de organizações, que atuam em segmentos afins, de determinados setores em ambiente competitivo, pode ser mais facilitado quando existe harmonia entre essas, favorecendo por exemplo, a troca de informações e o desenvolvimento de produtos e processos mais adequados para um mesmo mercado.

A competitividade estratégica reflete-se na formulação da implantação com êxito, de uma estratégia que crie valor para a organização. Uma estratégia serve para explorar as competências da organização e obter vantagem competitiva frente ao mercado, através da

soma dos compromissos e ações da empresa. Neste sentido, a estratégia indica aonde a empresa quer chegar com determinadas ações (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008).

Segundo Farina (1999), do ponto de vista sistêmico a competitividade de um determinado setor deve ser vista de forma dinâmica, tratando das relações existentes entre os atores da cadeia produtiva, bem como seus mecanismos de articulação e coordenação. Um sistema se torna competitivo quando todos os atores que o compõe caminham em busca de objetivos comuns e trabalham em conjunto para alcançá-los.

Coutinho e Ferraz (1994) conceituam a competitividade como um fenômeno diretamente relacionado às características apresentadas por uma organização ou um produto. Relacionam-se a estas características, o desempenho no mercado ou a eficiência técnica dos processos de produção que são adotados pela firma. Para os que dão maior atenção ao desempenho, a competitividade se expressa na participação no mercado, ou *marketshare*, que a empresa ou um conjunto delas alcançam. E, para os que dão maior atenção a eficiência, devem ser buscados, dados de coeficientes técnicos (de insumos ou produtos) ou na produtividade de fatores.

2.2 Estratégias organizacionais, cooperativas e colaborativas

Porter (1986) conceitua a estratégia como um conjunto de ações integradas que visam explorar as competências essenciais de uma empresa, visando obter uma vantagem competitiva sustentável frente aos concorrentes.

A compreensão de estratégia vem sendo apresentada de diversas maneiras. Essa infinidade e diversidade de interpretações, variedade de autores e visões diferentes, complementam umas às outras. Conforme Diehl (2004, p.42), a estratégia é

o conjunto de decisões de longo prazo, que envolve o comprometimento de recursos operacionais para ação concreta sobre o ambiente competitivo, visando o desempenho da organização através de determinados objetivos.

Ao falar em colaboração e cooperação, Polenske (2004) alerta para as similaridades destes termos: onde ambos referem-se às relações entre atores dos setores públicos ou privados, que podem ter fins competitivos ou não, com duração variada, e que dependem do contexto em que estão inseridos. A referência às estratégias cooperativas demanda uma

compreensão da origem do comportamento cooperativo e das suas consequências em um ambiente de negociações. “Cooperar é atuar junto, de forma coordenada, no trabalho ou nas relações sociais para atingir objetivos comuns. As pessoas cooperam pelo prazer de compartilhar atividades ou para obter benefícios mútuos” (CAMPOS *et al.*, 2003, p.25).

O modelo cooperativo, conforme Dagnino e Padula (2007) tem sido tradicionalmente caracterizado pela linha da colaboração, no qual as organizações fazem parte de um jogo ganha-ganha baseado nos interesses convergentes das organizações. Por outro lado, os autores criticam o fato de que esse modelo de cooperação admitir apenas interdependências positivas interfirmas e argumentam que qualquer estrutura de jogo cooperativo está baseada em interdependências positivas e negativas entre as empresas. Uma visão mais ampla de cooperação admite a inclusão de questões concorrenciais (interdependências negativas) no esforço para alcançar vantagem colaborativa (interdependências positivas).

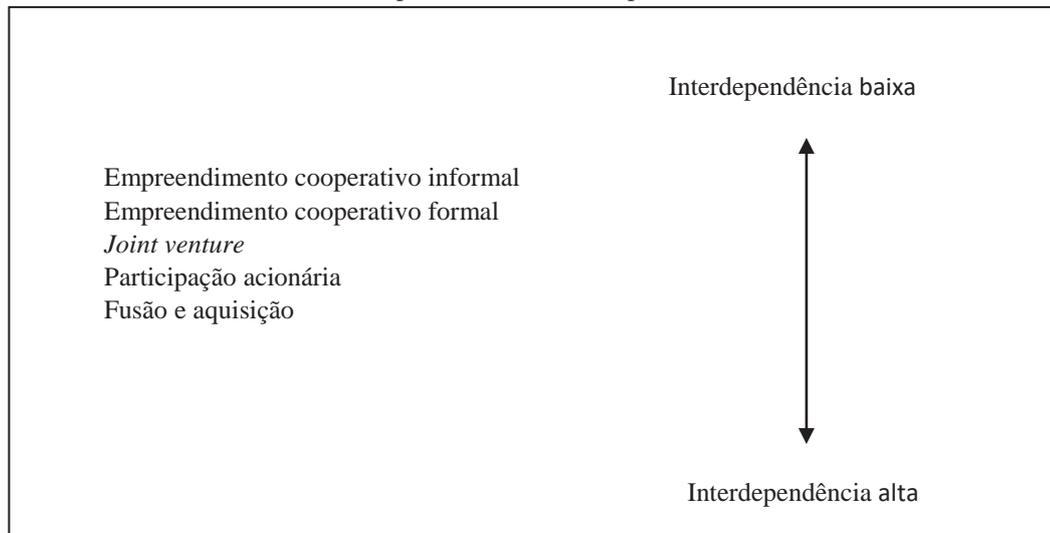
2.3 Arranjos organizacionais cooperativos no agronegócio

Pode-se dizer que em um ambiente de extrema competição como o agronegócio, a cooperação em arranjos organizacionais se estabelece como uma maneira dos produtores desenvolverem suas atividades unindo forças em benefício de um objetivo conjunto, sendo os arranjos cooperativos interessantes principalmente para produtores rurais com pouca escala de produção. Os arranjos podem ser organizados em cadeias produtivas, Arranjos Produtivos Locais (APL's), associações, cooperativas, grupos organizados, dentre outras formas de agrupamentos para desenvolvimento de atividades.

Ainda nesse contexto, os arranjos organizacionais cooperativos envolvem outras formas interorganizacionais, como por exemplo, redes, *joint ventures*, alianças estratégicas as quais podem ser diferenciadas pelo grau de interdependência dos parceiros (LORANGE; ROOS, 1996).

De acordo com a figura 1, elaborada por Lorange e Ross (1996), ela indica que quanto ao grau de interdependência, pode-se dizer que uma aliança estratégica pode ser realizada para a obtenção de um resultado instantâneo, mas pode ser também pelo interesse de uma necessidade de desenvolver compromissos e relações de confiança entre as partes.

Figura 1- Opções de Alianças Estratégicas em Termos de Grau de Interdependência entre a Empresa-mãe



Fonte: Lorrance e Ross (1996, p.16).

A opção por um tipo de aliança estratégica pode ser feita não apenas pelo que tem sentido imediato, mas também pela consideração da necessidade de se estabelecer uma relação de respeito e confiança. Uma empresa pode iniciar um processo de cooperação, envolvendo menor grau de interdependência e aumentar essa interdependência, à medida que passe a confiar mais no parceiro (LORANGE; ROOS, 1996).

Para Amanto Neto (2000) é através de parcerias estratégicas que se é possível solucionar muitos problemas que as organizações enfrentam quando atuam de forma individual. É provável que ao combinar competências e utilizar o *know-how* de outras empresas, compartilhar os custos de desenvolvimento de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) e os conhecimentos adquiridos, realizar experiências em conjunto a fim de diluir os riscos presentes, oferecer produtos de boa qualidade e diversificação, aumentar as vantagens competitivas, aumentar o poder de barganha nas compras, utilizar mais eficientemente os recursos ociosos de cada um, e até mesmo unir forças para uma atuação no mercado internacional.

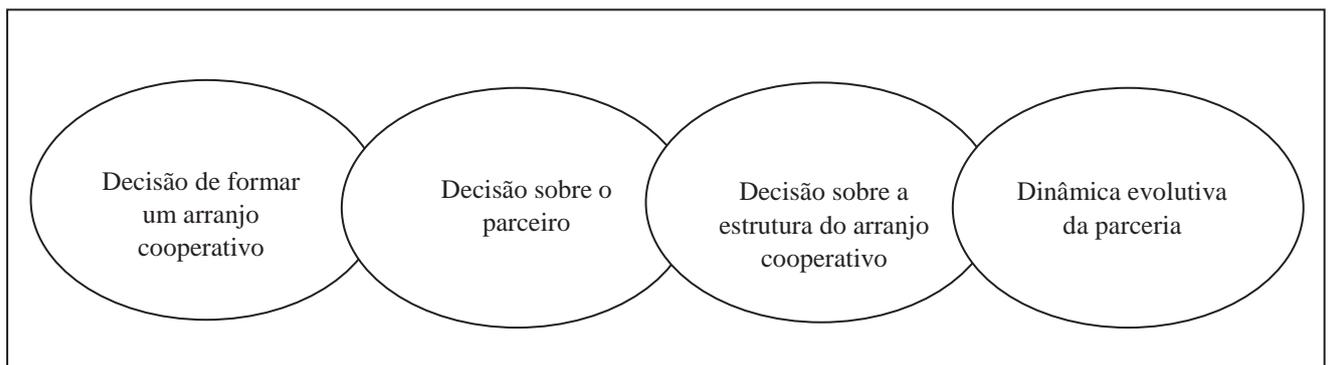
Muitas mudanças têm sido observadas na economia como um todo, do ponto de vista da produção, existem diversos impactos sobre o ambiente competitivo das organizações. Passaram a ser estabelecidos diversos arranjos interorganizacionais, como: parcerias entre organizações; cooperativas de produção; redes de pequenas e médias empresas, redirecionando as ações dos agentes do agronegócio (ARBAGE, 2004).

Para Estivaleta (2007), novas formas interorganizacionais que estão se espalhando no segmento do agronegócio, trazem a necessidade de ampliar a compreensão de como os relacionamentos interorganizacionais evoluem. Estas formas de cooperação buscam reduzir riscos, incertezas e possíveis perdas, e ao mesmo tempo são compartilhados conhecimentos e ganhos, empresas com competências complementares se unem para ofertar produtos ou serviços em uma relação que oferece tanto comportamentos de confiança, quanto de oportunismo.

A formação de novos arranjos organizacionais acontece devido a uma série de fatores, como por exemplo: a globalização; as inovações tecnológicas e competição agregada a cooperação. A globalização seria associada a integração dos mercados de bens e capitais motivado pela derrubada de barreiras no fluxo de produtos, serviços, capital, conhecimento e pessoas capacitados por avanços dos meios eletrônicos de transação. As inovações tecnológicas alteram o modo das pessoas viverem em sociedade, assim como as formas organizacionais e processos de gestão. Quanto à combinação de competição e cooperação está ligada ao ambiente em que as empresas então inseridas, o que demanda novas estratégias que emergem conforme a situação a ser resolvida (ESTIVALETE, 2007).

No que envolve o processo de formação de arranjos cooperativos, Gulati (1998) faz referência a quatro fases (Figura 2), que não necessariamente se apresentam de forma linear.

Figura 2- Fase do processo de formação dos arranjos cooperativos organizacionais



Fonte: Gulati (1998, pag. 298).

Observa-se em relação as fase que:

- A primeira fase consiste na decisão de formar um arranjo cooperativo;
- A segunda fase refere-se à decisão sobre o parceiro;
- A terceira fase envolve a decisão sobre a estrutura do arranjo cooperativo;

d) Por fim, a última fase busca explicar a dinâmica de funcionamento do arranjo cooperativo ao longo do tempo. Essas fases nem sempre acontecem de forma sequencial, sendo que diferentes modos de racionalidade podem informar o processo de escolha em cada fase (GULATTI, 1998).

A realidade que envolve iniciativas de cooperação no contexto dos arranjos organizacionais mostra desafios enfrentados quanto à permanência dos atores participando do processo, com vista ao objetivo comum e em prol da coletividade. Um aspecto muito presente são os vínculos criados entre os membros dos grupos associados e cooperados que precisam ser constantemente reforçados e alimentados por motivações que façam com que os atores se sintam envolvidos na perspectiva da ação coletiva, pois caso inexista esse reforço, essa postura somente se dará se houver algum ganho mensurável, caso contrário a ação individual será adotada.

Em geral, a cooperação faz parte da convivência entre pessoas na sociedade. O que vem se modificando ao longo do tempo é entre vários aspectos a intensidade, objetivos e as diferentes formas de cooperação.

Khamiss, Kamel e Salichs (2007) em busca de entenderem porque as pessoas cooperam, apontaram os objetivos descritos no Quadro 1.

Quadro 1- Objetivos da cooperação

Objetivos da cooperação para
Alcançar propósitos individuais ou comuns
Distribuição de tarefas
Divisão do trabalho
Forma de evitar conflitos
Receber o máximo de recompensa
Integração de sistema
Manter a funcionalidade do sistema
Aquisição e compartilhamento de conhecimento e informação
Tomada de decisão coletiva
Formação de inteligência coletiva.

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

As redes de empresas podem ser definidas como um aglomerado de empresas, mesmo que não estejam dentro de um mesmo espaço geográfico, mas que ligadas uma a outra, com suas competências individuais geram um conjunto, visto que quando unido, cria um valor único e economicamente mais atrativo do que se cada uma das partes fosse simplesmente somada. Por trás desse aglomerado está a busca por um grau elevado de especialização e direcionamento dos recursos e das competências individuais, que através da interação da rede,

faz com que haja sinergia e complementaridade para enfrentar o cenário competitivo (ZAWISLAK, 2002).

Nesse sentido a sinergia é uma questão de como as empresas se organizam. A dinâmica do processo de inovação é mais eficaz quando planejado em cima das capacidades dos indivíduos se relacionarem. A organização não deve apenas procurar por competências individuais para agregá-las a cadeia de valor, mas deve unir, diferentes competências dos agentes envolvidos nessa cadeia de valor (ZAWISLAK, 2004).

O propósito central das redes de cooperação no campo organizacional é reunir atributos que permitam uma adequação ao ambiente competitivo em uma estrutura dinâmica, sustentada por ações uniformizadas, porém descentralizadas, que possibilite ganhos de escala da união, mas que evite que as empresas envolvidas percam a flexibilidade do porte enxuto (THOMPSON, 2003).

Segundo Oliver (1990) diversas tipologias de relacionamentos interorganizacionais têm sido estudados, mas pouca atenção tem se destinado a integrar a literatura sobre essas formas de relações, ou para diferenciar o que causa tais relações ou condições sobre as quais elas ocorrem. A autora fez um apanhado geral da literatura deste campo, revelando a existência de seis razões ou motivos que induzem a formação de relacionamentos interorganizacionais, os quais estão sintetizados no quadro 2.

Quadro 2- Motivos que induzem a formação de relacionamentos interorganizacionais

Dimensões contingenciais	Relação com as redes interorganizacionais
Necessidade	Necessidade de estabelecer ligações com outras organizações com intuito de atender uma necessidade legal ou regulatória, pode ser voluntária ou mandatária.
Assimetria	Assimetria de poder de uma organização sobre outra os recursos.
Reciprocidade	Propósito de buscar interesses e objetivos comuns.
Eficiência	Intermediação das transações da empresa, aumentando a <i>performance</i> organizacional.
Estabilidade	Capacidade adaptativa em resposta à incerteza ambiental.
Legitimidade	Possibilidade de ganhar legitimidade por ingressar em uma rede.
Flexibilidade	Necessidade de respostas rápidas ao ambiente.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de (Oliver, 1990).

No Quadro 2 é apresentado uma síntese das diversas pressões contingenciais que influenciam a formação de uma rede. Essas pressões, bem como a presença de diferentes

contextos históricos e culturais, poderão levar à existência de uma diversidade nos níveis de cooperação e de inovação no contexto das redes.

Em resumo, a cooperação entre organizações surge como uma necessidade dos agentes para realizarem seus objetivos individuais. Ou seja, a colaboração busca resultados difíceis de serem alcançados quando se atua de forma individual (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008).

2.4 Contexto histórico cooperativista e as organizações cooperativas

Schardong (2003) conceitua o cooperativismo como um sistema socioeconômico baseado na união de esforços de pessoas em prol de um objetivo em comum, e que procura melhorar as condições econômicas e sociais dos produtores e consumidores. Ele se desenvolve por meio de associações de pessoas formando uma cooperativa cujo foco principal não é somente o lucro, mas também valorizar e integrar as pessoas à comunidade.

Lago e Silva (2011), afirmam que o cooperativismo é baseado na ajuda mútua, ou seja, em um dos princípios da cooperação. Em busca de maior produtividade e rentabilidade para as famílias associadas, as pessoas se unem para ganhar força e poder atuar em mercados mais competitivos.

As formas de cooperação são um assunto muito antigo. Existem registros sobre cooperação e associações solidárias desde a pré-história da civilização, em tribos indígenas ou em antigas civilizações como os Babilônicos (BIALOSKORSKI NETO, 2006). As primeiras cooperativas que se tem registro aparecem em 1826, na Inglaterra com a reação de camponeses e pequenos produtores que trabalhavam em fábricas pioneiras do capitalismo industrial. A causa foi o descontentamento com os baixos salários e as condições precárias de trabalho.

Foi então na Inglaterra onde apareceu a primeira cooperativa de consumo na cidade Rochdale, que criou o modelo cooperativista que é utilizado até hoje. Na França, surgiram as primeiras cooperativas em 1823, que foram fundadas por operários que após muitos protestos devido as más condições de trabalho decidem reunir-se para criar e gerenciar suas próprias fábricas (SANTOS, 2005).

No Brasil, a cultura da cooperação é observada desde a época da colonização portuguesa. Este processo surgiu no Movimento Cooperativista Brasileiro, que se iniciou no final do século XIX, estimulado por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender as suas necessidades (OCB, 2012).

Em 1971, surgiu a Lei 5.5764/71, que regulou a criação de cooperativas, porém restringiu autonomia dos associados, interferindo na criação, no funcionamento e na fiscalização do empreendimento cooperativo. A restrição foi superada pela constituição de 1988, que proibiu a interferência do Estado nas associações, dando início a autogestão do cooperativismo (OCB, 2012).

O modelo cooperativista segue alguns princípios que tiveram sua primeira formulação pela primeira em 1844, pelos próprios pioneiros e ao longo do tempo passaram por modificações, a última foi em um congresso em 1995 na cidade de Manchester (PINHO, 2004).

Atualmente segundo a Ocergs (2017) o cooperativismo é orientado por sete princípios especificamente, que estão sintetizados no quadro 3.

Quadro 3- Princípios do cooperativismo

Princípio	Definição
Adesão voluntária e livre	Organizações voluntárias e trabalho em conjunto para que a iniciativa prospere, aberta a todas as pessoas sem discriminação.
Gestão democrática	Organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões.
Participação econômica dos associados	Os associados contribuem equitativamente e controlam democraticamente o capital de sua Cooperativa, sendo parte desse capital usualmente propriedade comum da Cooperativa para seu desenvolvimento.
Autonomia e Independência	As cooperativas são organizações autônomas de ajuda mútua, controladas pelos seus membros, se firmam acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, ou recorrerem ao capital externo, devem fazê-lo em condições que asseguram o controle democrático dos membros e mantenham a autonomia das cooperativas.
Educação, formação e informação	As cooperativas oferecem educação e treinamento para seus membros, representantes eleitos, administradores e funcionários para que eles possam contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Informa o público em geral, particularmente os jovens e os líderes formadores de opinião sobre a natureza e os benefícios da cooperação.
Intercooperação	As cooperativas servem de forma mais eficaz os seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, por meio de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais, através de Federações, Centrais, Confederações.
Interesse pela comunidade	As Cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentável de suas comunidades, através de políticas aprovadas pelos seus membros, assumindo um papel de responsabilidade social junto as suas comunidades onde estão inseridas.

Fonte: OCERGS (2017).

No entanto, os princípios cooperativos dão forma a organização cooperativa o que é uma peculiaridade especial, pois apresenta aspectos de duas naturezas, de um lado necessita

gerar resultados econômicos que sejam positivos afim de assegurar o próprio funcionamento operacional e atender as necessidades dos associados, por outro lado estão as questões sociais.

O que motivou este estudo foi entender o que leva as pessoas a cooperar, e como acontece a relação entre a cooperativa e seus associados. Para isso muitas relações foram identificadas como a confiança, fidelidade, infidelidade, governança, ganhos de conhecimento, informação, inovação decorrentes do processo de cooperação.

2.4.1 Fidelidade e confiança no processo de cooperação

Ferreira (2014) diz que ao conhecer os fatores e como eles podem influenciar negativamente a relação entre a cooperativa e o cooperado, seria de grande importância que se possível essas organizações avançassem no sentido de reduzir seus impactos e possuir elementos que auxiliem na adaptação de estruturas de governança para se fortalecer a fidelidade dos associados, o que é de extrema importância para que as cooperativas se tornem mais competitivas.

Segundo Mógia *et al* (2004) a fidelidade dos cooperados é um comportamento baseado em engajamento, deveres e incumbências. É essencial para uma cooperativa se desenvolver e obter êxito, que ela promova ações que estimulem a atuação constante dos cooperados. Ainda, que conforme Serigati, Azevedo e Orellano (2009), acreditem que a existência de cláusulas específicas sobre a fidelidade nos estatutos das cooperativas, elas esporadicamente são praticadas, ou seja, por mais que existam leis e normas nos estatutos das cooperativas elas ainda não são suficientes para causar mudanças no comportamento do cooperado de fato.

A fidelidade dos cooperados é um assunto que já vem sendo discutido, pelas lideranças cooperativistas há algum tempo, como por exemplo, nesta publicação de 2010, sobre “Os Rumos do Cooperativismo no Brasil”, na qual uma das linhas observadas foi “desenvolver ações para incentivar a fidelização dos cooperados” (OCB, 2010).

Diante deste contexto apresentado se faz necessário que as cooperativas adotem técnicas e práticas para que possam preservar os cooperados. Bialoskorski Neto (2002), diz que existem muitas maneiras para que as cooperativas preservem seus cooperados, que vai de incentivos econômicos, até o estabelecimento da obrigatoriedade contratual nas transações.

Ferreira (2014) relata que quando uma cooperativa faz um investimento, para agregar valor há produção de seu cooperado é necessário que o mesmo se comprometa em fazer as entregas de sua produção com regularidade, para que a partir desse comportamento a

cooperativa possa visualizar a possibilidade de oferecer melhores benefícios aos cooperados que realmente merecem.

Chaddad (2002) salienta que os problemas ocorrem quando os cooperados não correspondem com um certo nível de fidelidade a sua cooperativa, muitos associados se aproveitam exclusivamente dos benefícios oferecidos pela organização, mas não assumem os custos, procurando a cooperativa somente quando não encontram valores mais atrativos no mercado. O autor destaca que para que realmente haja maior fidelidade por parte dos cooperados, é necessário adotar um controle maior sobre essas práticas oportunistas.

Giarola *et al* (2012), ao analisarem o problema de infidelidade dos cooperados sob a ótica da teoria dos jogos, enfatizam que a interação dos associados na cooperativa é caracterizada por uma situação de dilema dos prisioneiros, em que sempre haverá motivos para influenciar a infidelidade, uma vez que essa atitude representa maiores retornos individuais para um associado. Os autores destacam também que a infidelidade prejudica não só a cooperativa como os outros cooperados que são fieis a mesma (GIAROLA *et al.*, 2012).

Ferreira (2014), diz que a confiança é a principal relação que se deve existir dentro de uma cooperativa, a confiança é fruto dos valores, de autoajuda, cooperação e solidariedade estes que são a essência do cooperativismo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta etapa são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para o alcance dos objetivos delimitados neste estudo.

3.1 Delineamento da pesquisa

O estudo teve como objetivo identificar e analisar os elementos da cooperação, nos arranjos organizacionais do agronegócio. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa e exploratória, onde os arranjos cooperativos foram definidos como objeto de análise considerando que nesses ambientes existem técnicas cooperativas, algumas com sucesso e outras com insucesso.

As abordagens são de cunho qualitativo e quantitativo. Abordagem qualitativa segundo Diehl e Tatim (2004), pode ajudar na descrição da complexidade de determinado problema e na interação de certas variáveis, compreender e classificar os processos dinâmicos vividos por grupos sociais e, entre outros, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. Quanto à abordagem quantitativa ela procura quantificar os dados, números, informações e opiniões, de modo a auxiliar na classificação e análise dos resultados, com objetivo de garantir resultados e evitar distorções de análises possibilitando uma margem de segurança maior quanto as inferências (DIEHL; TATIM, 2004).

A pesquisa foi de caráter exploratório visando um visando alcançar o objetivo proposto. De acordo com Malhotra (2012), a pesquisa exploratória como próprio nome sugere, explora, ou auxilia no entendimento ou explicação de um problema, visando a descoberta e a compreensão de ideias, em particular pela pesquisadora não ter conhecimento das relações entre as cooperativas e os cooperados, bem como a caracterização dos motivos que levam as pessoas a se organizarem em cooperativas.

3.2 População e amostra

Segundo Diehl e Tatim, (2004, p.64), a população ou universo de pesquisa é um conjunto de elementos que podem ser mensurados de acordo com as variáveis que se pretende levantar. E a amostra é uma parcela desta população devidamente selecionada.

Portanto para a população alvo da pesquisa, foram escolhidos produtores rurais associados a cooperativas de produção, crédito, leite, tríticola e alimentos, ou seja, que cooperam ou se associam para desenvolver suas atividades e fazem parte de alguma organização cooperativa.

No que se refere à seleção dos participantes do estudo, a escolha orientou-se pelo critério de amostragem não-probabilística. De acordo com Levine *et al* (2008), em uma amostra não-probabilística, o pesquisador seleciona os itens ou indivíduos sem conhecer suas respectivas probabilidades de seleção. Tomando-se este tipo de amostragem, a escolha dos pesquisados respaldou-se nos seguintes critérios:

- a) Serem produtores rurais;
- b) Serem associados a alguma cooperativa;
- c) Estar interagindo ativamente com a cooperativa.

Por se tratar de uma amostragem não-probabilística com a delimitação de critérios específicos, também se buscou priorizar a obtenção de informações relevantes às características homogêneas da população, o que gerou categorias de análise que guiaram a revisão da literatura e apoiado no questionário elaborado pela Universidade Federal de Grande Dourados (UFGD), e posteriormente adaptado pela autora.

Fizeram parte dessa pesquisa os seguintes sujeitos: produtores rurais presentes associados a cooperativas, alunos do curso de Agronegócio e Administração da Universidade de Passo Fundo, produtores participantes da Feira da Gare e Feira Ecológica em Passo Fundo, produtores rurais de Soledade e Espumoso, etc. Esses locais e cidades foram escolhidos pela facilidade de acesso aos dados, a relação de cooperativas pesquisadas e número de pesquisados, os quais são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1- Participantes da pesquisa

Cooperativa/município	Nº de pesquisados
Cotriel (Espumoso)	20
Sicredi (Passo Fundo)	5
Cresol (Passo Fundo)	4
Cotrisal (Sarandi)	4
Cotrisoja (Tapejara)	4
Coagrisol (Soledade)	4
Coonalter (Passo Fundo)	3
Coasa (Água Santa)	1
Copercampos (Lagoa Vermelha)	1
Santa Clara (Tapejara)	1
Coopac (Constantina)	1
Piá (Marau)	1
Agro Pastoril (Cruz Alta)	1
TOTAL	50

Fonte: Dados da pesquisa 2017.

3.3 Procedimento e técnicas de coleta de dados

A coleta de dados se baseou na pesquisa realizada na Universidade de Passo Fundo, coordenada pela UFGD, pela Prof^ª. Dr^ª. Erlaine Binotto, a qual tem como proposta “Análise da Cooperação nos Arranjos Organizacionais do Agronegócio em Três Estados Brasileiros” a estagiária como participou da coleta de dados da pesquisa mencionada, entendeu como oportuno utilizar os dados para contribuir neste trabalho final de estágio supervisionado.

A coleta de dados teve início após o contato da professora Ana Claudia Machado Padilha, que apresentou o questionário e o objeto de estudo, visto que o instrumento de coleta de dados tratou-se de um questionário (APÊNDICE A), com perguntas abertas e fechadas que permitiram ao pesquisador entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa; assumiu uma variedade de formas, cada qual pressupondo uma construção teórica diferente, o mesmo foi como mencionado aproveitado para esta pesquisa com tema afim. O questionário foi elaborado e adaptado pela autora, a partir do elaborado pela pesquisadora Erlaine Binotto.

O instrumento de coleta de dados, o questionário, foi composto por 40 questões abertas e fechadas e dividido em duas partes: a primeira com questões sobre o perfil dos pesquisados e dados socioeconômicos e a segunda com questões direcionadas aos elementos presentes no comportamento dos produtores no que se refere à adoção ou não da postura cooperativa e associativa. As questões foram organizadas através das categorias de análise determinadas *a priori* que se desdobraram em temas, os quais emergiram a partir da revisão da literatura, quais sejam apresentadas do Quadro 4.

Quadro 4- Categorias de análise

Categorias	Questões no instrumento
Caracterização dos produtores	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11;
Cooperação (CASTELLS, 1999; HENDERSON, 1989; POLENSKE, 2004; CAMPOS <i>et al</i> , 2003; DAGNINO; PADULA, 2007; KHAMISS; KAMEL; SLICHS, 2007)	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 22
Ganhos decorrentes do processo de cooperação (AMANTO NETO, 2000; ESTIVALETE, 2007; KHAMISS; KAMEL; SLICHS, 2007)	30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40
Percepção de Confiança e fidelidade (FERREIRA, 2014; MÓGLIA, 2014; CHADDAD, 2002; GIAROLA <i>et al</i> , 2012)	19, 20, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

À respeito dos dados primários, cabe mencionar que o estudo foi desenvolvido durante o segundo semestre do ano de 2016 e primeiro semestre do ano de 2017. A coleta deu-se por meio de entrevista e a aplicação de questionários com a presença dos pesquisadores e produtores, que foram contatados diretamente pelos pesquisadores os quais averiguaram a possibilidade dos respondentes participarem da pesquisa previamente, nas feiras, na Universidade de Passo Fundo e nas cidades próximas, foi então que se procederam às entrevistas. As entrevistas foram realizadas com a autorização dos participantes, mediante assinatura de Termo de Consentimento (APÊNDICE B).

Quanto aos dados secundários, estes foram coletados através da realização de pesquisa, sites oficiais de informações estatísticas e econômicas, que forneceram informações sobre o setor pesquisado.

3.4 Análise e interpretação dos dados

A fase seguinte é a de análise e interpretação. Para Gil (1995, p. 166) “a análise tem como objetivo organizar e sumarizar os dados de tal forma que possibilitam o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação”. Para a interpretação dos dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo e estatística descritiva. Bardin (1997, p. 42) conceitua a análise de conteúdo como:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Após a obtenção dos dados, realizou-se a organização do material, prosseguindo à uma relação e agrupamento de dados similares em função das características em comum identificadas, fazendo referência aos objetivos propostos no estudo.

Tomando-se os objetivos específicos como referenciais, foi desenvolvida a etapa, chamada por Bardin (1997), de “exploração do material”, onde se estabelecem relações entre as respostas encontradas e a estrutura de análise formulada.

Para a tabulação e organização dos dados obtidos foi utilizado o *software* Microsoft Excel®, nos quais os resultados foram apresentados através de tabelas e gráficos, oportunizando uma melhor visualização dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção tem como objetivo apresentar os dados coletados na pesquisa realizada.

4.1 Caracterização dos pesquisados

Para atingir os objetivos da pesquisa, foram aplicados 50 questionários, sendo que dos respondentes 20% são mulheres e 80% homens. Identificou-se também que quanto ao tempo de atuação na atividade rural a média é de 23 anos, sendo que deste total o tempo mínimo é de 3 anos e o máximo de 62 anos.

Referente ao grau de escolaridade dos entrevistados visualiza-se na Tabela 2.

Tabela 2 - Grau de escolaridade da família e funcionários

	Não alfab.	Funda. Incompleto	Funda. Completo	Médio Incompleto	Médio Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	Pós Gradua.
Dono (a) da propriedade	-	20	6	2	11	6	2	4
Esposa (o)	-	15	3	2	5	2	4	4
Filhos > 16 anos	-	1	2	5	8	17	10	1
Funcionários	1	7	5	-	4	-	1	-

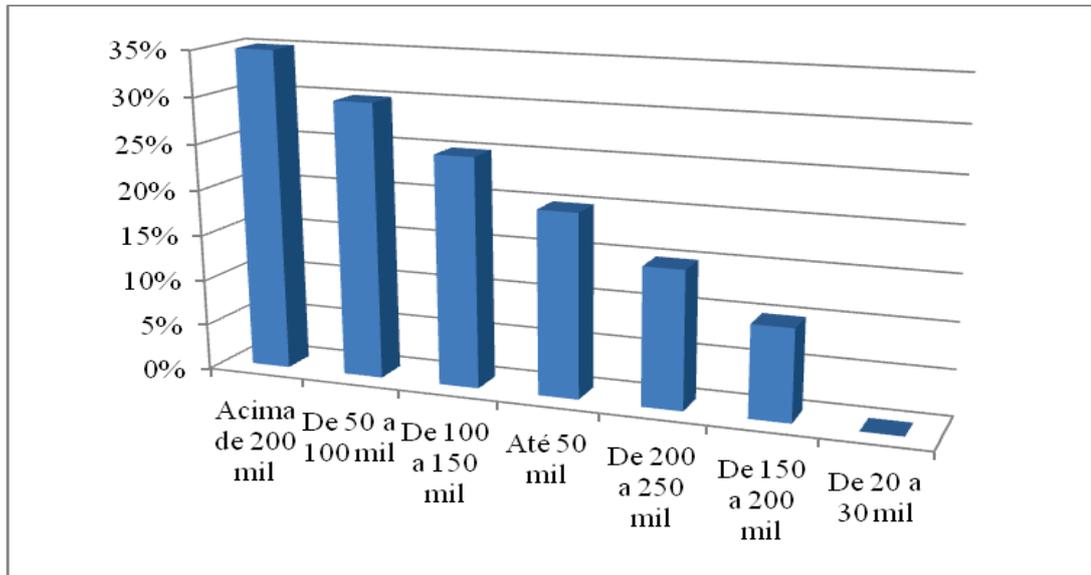
Fonte: Dados do estudo (2017).

A Tabela 2 representa o nível de escolaridade dos entrevistados, da família e funcionários a partir do nível fundamental incompleto até pós-graduação. Os graus mais representativos foram em relação aos donos da propriedade e seus filhos, sendo que possibilitou uma análise comparativa entre os dois, destes níveis o mais encontrado entre os donos das propriedades foi o nível fundamental incompleto, representado por 20 dos respondentes e o segundo mais significativo foi o de médio completo, totalizando 11 respondentes. É possível observar que os membros com maior grau de escolaridade são os filhos dos proprietários, 17 possuem nível superior incompleto e outros 10 possuem nível superior completo. Em relação a este aspecto, pode-se considerar que a atividade rural não requer um alto grau de escolaridade.

Em relação ao faturamento bruto anual dos entrevistados 32,65% possuem faturamento acima de R\$250 mil, 24,48% possuem faturamento entre R\$50 mil e R\$100 mil, 14,28% possuem faturamento entre R\$100 mil e R\$150 mil, 14,28% possuem faturamento até

R\$50 mil, 8,16% possuem faturamento entre R\$200 mil e R\$250 mil, 4,08% possuem faturamento entre R\$150 mil e R\$200 mil e 2,04% possuem faturamento de R\$20 mil e 30 mil.

Gráfico 1- Faturamento anual



Fonte: Dados do estudo (2017).

Além desses dados, 45% dos respondentes dizem produzir o grão de soja, 16% dos respondentes produzem leite, 11% produzem trigo, outros 11% produzem milho, e outros 10% produzem e se dedicam a outras atividades como: avicultura, gado de corte e agroindústria, enquanto 7% se dedicam ao ramo de hortifruti.

Outro dado relevante é a origem da renda dos entrevistados, a Tabela 3 apresenta as atividades que compõem a renda dos entrevistados.

Tabela 3- Origem de renda dos entrevistados

Atividades	Nº de respondentes
Produção agropecuária própria	45
Trabalho agropecuário para terceiros	7
Aposentadoria ou pensão	5
Trabalho no comércio ou indústria	9
Artesanato / manufatura	1
Turismo rural / ambiental / ecológico / aventura	-
Remessas de familiares, amigos etc. (doações)	-
Outras	4

Fonte: Dados do estudo (2017).

Onde 63% dos produtores entrevistados têm a sua renda da produção agropecuária própria, 13% trabalham também no comércio e indústria, 10% fazem trabalhos na área agropecuária para terceiros, 8% recebem recursos de aposentadoria e pensão, e 6% outros disseram que exercem atividades como agroindústria, viticultura e gado de corte.

Quanto às atividades que os proprietários desenvolviam antes de assumir a propriedade foram levantadas as seguintes atividades apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4- Atividades que os proprietários faziam antes de assumir a propriedade

Atividades	Nº de respondentes
Sempre fiquei nessa propriedade	36
Era agricultor em terra própria	2
Era agricultor autônomo, mas na terra de outro	1
Era empregado agrícola	2
Trabalhava numa empresa	7
Trabalhava numa área não agrícola	-
Não trabalhava	-
Outros	5

Fonte: Dados do estudo (2017).

Com base nos dados apresentados na Tabela 4, indica que 69% dos proprietários sempre estiveram no meio rural, apenas 14% trabalhavam em empresas fora da propriedade.

Ademais, cabe ressaltar que 56% dos entrevistados disseram ter áreas (hectares) próprias, sendo que 44% possuem áreas próprias e arrendadas.

4.2 Elementos e fatores que justificam a cooperação em arranjos organizacionais cooperativos

Esta etapa da pesquisa teve como objetivo identificar os fatores que levam os produtores rurais a cooperarem através das cooperativas e atuarem de forma coletiva ou não, dentro de um arranjo organizacional sendo este cooperativo, onde os produtores rurais que desenvolvem suas atividades envolvendo a cooperação.

Lago e Silva (2011), afirmam que o cooperativismo é baseado na ajuda mútua, ou seja, em um dos princípios da cooperação. Em busca de maior produtividade e rentabilidade para as famílias associadas, as pessoas se unem para ganhar força e poder atuar em mercados mais competitivos.

Sendo assim, iniciou-se questionando os entrevistados pelo objetivo de entender os fatores que determinam a entrega do produto ou depósito a cooperativa, 36,03% dos

respondentes sinalizaram que é o fato de ser associado, 18,03% consideram que o preço é também de grande importância e ainda, outros 18,03% atribuem a proximidade como fator determinante, 14,8% assinalaram segurança e confiança, enquanto 13,11% se referem a proximidade como motivo de entrega da sua produção ou depósito.

Outro questionamento foi em relação ao tempo em os produtores estão associados na cooperativa 51,02% de 16 a 20 anos, 20,40% de 11 a 15 anos, 18,38% de 6 a 10 anos, e 10,20% de 1 a 5 anos. Onde pode-se observar que a maior parte dos produtores entrevistados já estão envolvidos no meio cooperativista de 16 a 20 anos, visto que como apresentado no Quadro 7 muitos produtores rurais passaram a relação de ser associado de geração para geração.

A Tabela 5 apresenta as razões na relação de como se deu o processo de ingresso dos produtores na cooperativa, sendo elaborado a partir da frequência em que os dados apareceram.

Tabela 5- Razões de ingresso na cooperativa

Razões de ingresso na cooperativa	Frequência	%
Através da sucessão de pai para filho	11	23
Convite da própria cooperativa	5	10
Iniciativa própria e indicação	9	19
Pelos benefícios como: opção para comercializar a produção, acesso aos insumos, acesso ao banco, facilidade na negociação, assistência técnica, armazenagem da produção.	16	33
Proximidade	2	4
Confiança, qualidade, retornos dos resultados, amizade, através da compra de cotas.	5	10
Não identificou	2	-
TOTAL	48	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Pode-se observar que 33% dos produtores se associam pelos benefícios oferecidos, outro dado importante é que 22% estão associados por passar de pai para filho o que dá continuidade ao processo de cooperação. Outro fator de importância é a participação do associado na cooperativa, alguns aspectos são representados na Tabela 6.

Tabela 6- Frequência de participação na cooperativa

Referência	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Mais de 20	Não Participa	Não identificou
Reuniões Técnicas	23	9	3	1	-	12	2
Palestras	31	6	2	2	1	7	1
Cursos	21	1	-	2	-	22	3
Dias de Campo	33	4	-	2	1	9	1
Café da Manhã	12	2	1	-	-	29	6
Conselhos (Adm.ou.Fiscal)	13	2	4	-	-	28	3

Fonte: Dados do estudo (2017).

A Tabela 6 apresenta a frequência de participação do associado durante o ano na cooperativa, nota-se que a maioria dos associados participa de 1 a 5 vezes no ano nas atividades realizadas pela cooperativa.

Os associados foram questionados quanto a se recebem assistência técnica por parte da cooperativa 80% dos cooperados disseram que sim recebem assistência técnica, outros 20% disseram não receber nenhum tipo assistência técnica da cooperativa, um entrevistado não respondeu, e outros 3 entrevistados que disseram que recebem assistência técnica mas não especificaram a frequência, quanto aos que recebem o serviço a frequência está apresentada na Tabela 7.

Tabela 7- Periodicidade da assistência técnica realizada pela cooperativa

Frequência com que recebem assistência técnica da cooperativa	Nº de entrevistados (sim)	%
Semanalmente	3	9
Quinzenalmente	2	6
Mensalmente	4	11
Bimestralmente	3	9
Trimestralmente	1	3
Semestralmente	1	3
Quadrimestralmente	2	6
Anualmente	1	3
Sempre que necessitam ou solicitam	18	51
Não especificou	3	-
TOTAL	39	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Na Tabela 7 a periodicidade em que os associados que disseram que “sim” recebem assistência técnica, pode se observar que 51% sempre que solicita é atendido, e 11% recebem visitas mensais.

A Tabela 8 demonstra as vantagens que os produtores rurais percebem em relação a sua cooperativa.

Tabela 8- Vantagens de associar-se a cooperativa

Vantagens	Frequência	%
Venda da produção	36	20
Gestão competente	18	10
Preço dos insumos	25	14
Relações Sociais	18	10
Assistência técnica	36	20
Outros	4	2
Transparência	20	11
Preço de venda da produção	22	12
TOTAL	179	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Em relação a outros em que 4 respondentes mencionaram como: serviço financeiro com boas taxas tanto para empréstimo quanto poupança, segurança, unidades próximas e um não especificou. Quanto às desvantagens percebidas pelos produtores se possibilitou a elaboração do Quadro 5.

Quadro 5- Desvantagens de ser sócio na cooperativa

Multas com valores altos
Preço da soja inferior a outras cooperativas, alto valor dos insumos comparado a outras empresas
Não existe mais o cooperativismo, o foco da cooperativa é a administração apenas dos bens de capital, não há consciência política por parte do associado, e não existindo consciência política o associado não tem o conhecimento, que caso haja prejuízo é ele quem arca.
Tem apoiar que outras empresas pagam mais pelos cereais e tem melhores preços nos insumos
Falta de incentivo
Alto valor dos insumos
Não avisar os associados sobre as promoções
Muitas vezes não consegue concorrer com as empresas privadas em preços de insumos e de venda da produção
Os preços dos insumos é mais caro que em outras empresas privadas
Confiança (ganância) por ser uma cooperativa todos deveriam se unir e conversar
Gestão visando capitalismo
Muitas vezes o preço oferecido fora das mesmas pelo produto é maior
Que o grande produtor tem o melhor preço
Preço não competitivo
Pouca competitividade no pagamento de preços maiores aos produtos entregues
Preço de venda da produção geralmente inferior aos concorrentes, e o preço dos insumos geralmente é mais caro do que o dos concorrentes
Horários controlados para vender os produtos (em caso de feira)

Fonte: Dados do estudo (2017).

Dentre as principais desvantagens destacadas pelos produtores é a falta de competitividade em relação aos preços onde outras empresas possuem preços mais atrativos, visto que muitas vezes os preços oferecidos para venda da produção inferiores ao praticado no mercado e os altos valores pagos pelos insumos.

O processo de cooperação envolve muitos fatores como os apresentados na Tabela 8 e no Quadro 5, dentre os quais se faz necessário que a cooperativa tenha conhecimento

necessário para saber lidar com as diversas situações, nesse sentido Ferreira (2014) diz que ao conhecer os fatores e como eles podem influenciar negativamente a relação entre a cooperativa e o cooperado, seria de grande importância que se possível as cooperativas avancem no sentido de reduzir seus impactos e possuir elementos que auxiliem na adaptação de estruturas de governança para se fortalecer a fidelidade dos associados, o que é de extrema importância para que as cooperativas se tornem mais competitivas.

4.3 Percepção de confiança e fidelidade

Segundo Mógliá *et al* (2004) a fidelidade dos cooperados é um comportamento baseado em engajamento, deveres e incumbências. É essencial para uma cooperativa se desenvolver e obter êxito, que ela promova ações que estimulem a atuação constante dos cooperados. Para Bialoskorski Neto (2002), existem muitas maneiras para que as cooperativas preservem seus cooperados, que vai de incentivos econômicos, até o estabelecimento da obrigatoriedade contratual nas transações.

Nesse sentido, Ferreira (2014), acredita que a confiança é a principal relação que se deve existir dentro de uma cooperativa, a confiança é fruto dos valores, de autoajuda, cooperação e solidariedade estes que são a essência do cooperativismo.

Sendo assim iniciaram-se os questionamentos sobre o grau de confiança em relação aos membros da cooperativa, como mostra a Tabela 9.

Tabela 9- Grau de confiança dos cooperados em relação aos membros da cooperativa

Avaliado	Muito Alto	Alto	Regular	Baixo	Muito Baixo	Não confio	Não identificou
Presidente	8	19	21	1	-	1	-
Vice-presidente	8	12	27	3	-	1	-
Diretor Vogal	7	12	26	2	-	-	3
Superintendente	4	12	25	4	-	1	4
Diretor Executivo	4	10	29	1	1	1	4
Outros	3	14	27	3	-	1	2
Cooperados							
Sua Cooperativa	11	23	14	1	-	1	-

Fonte: Dados do estudo (2017).

Em geral, na Tabela 9 é possível analisar que a maioria dos entrevistados classifica o grau de confiança em relação aos membros da cooperativa como regular, enquanto apenas em relação a confiar na própria cooperativa 46% dizem ter grau de confiança alto.

Quando perguntado aos entrevistados o que eles esperam dos outros cooperados para que eles continuem cooperando, 28% consideram a transparência como principal fator, 27% citaram a confiança, 23% mencionaram a continuidade da cooperação e outros 20% citaram fidelidade como fator importante para que continuem cooperando e 2% que assinalaram outros não especificaram.

A Tabela 10 mostra a relação quanto ao grau de influência das variáveis sobre a fidelidade dos cooperados, atribuindo como: 1-altamente importante, 2-muito importante, 3-mais ou menos importante, 4-pouco importante, 5-nenhuma importância.

Tabela 10- Variáveis de influência sobre fidelidade dos cooperados

VARIÁVEL	FOCO DE ANÁLISE	1	2	3	4	5	Média	Não identificou
Preço	Preços pagos aos cooperados na comercialização de seus produtos	33	9	4	-	2	9,6	2
Atendimento	Qualidade prestada no atendimento ao cooperado no momento em que ele procura a cooperativa para efetuar qualquer objetivo	27	18	3	2	-	10	
Condições de pagamento	Formas de pagamentos na aquisição de produtos: à vista, parcelamentos, pacotes, etc	21	20	5	3	1	10	
Cota capital	Recolhimento de parcela das transações comerciais para uma conta específica, resultando na formação da “cota capital”.	9	16	17	2	6	10	
Confiança	Nível de confiança estabelecida entre o associado e os dirigentes diretamente ligados a ele.	19	25	5	-	1	10	
Produtos e Serviços	Quantidade, e disponibilidade de produtos e serviços oferecidos ao cooperado	16	25	6	1	2	10	
Qualidade	Qualidade dos insumos oferecidos para a comercialização	30	13	3	1	2	9,8	1
Prazo	Entrega de produtos nos prazos estabelecidos	23	21	5	-	1	10	
Utilidade/Satisfação	Nível de utilidade e satisfação obtida pelos cooperados na utilização dos serviços da cooperativa.	13	24	11	1	1	10	
Assistência Técnica	Serviços de assistência técnica oferecidos ao cooperado	22	19	6	2	1	10	
Cultura	Aspectos relacionados à cultura do cooperado: relações de amizade, encontros recreativos, atividades de ajuda mútua, eventos esportivos, solidariedade	8	18	15	4	4	9,8	1
Imagem Institucional	Grau de importância e influência da marca da cooperativa perante o mercado e a transferência dessa para o cooperado	16	20	7	4	3	10	

Fonte: Dados do estudo (2017).

Sobre a tabela 10, pode-se conhecer os fatores que os associados consideram mais importantes na relação de fidelidade dos cooperados. Uma das variáveis que mais teve destaque foi o preço, onde 33 dos entrevistados, ou seja 66% consideram o preço como altamente importante em relação aos preços pagos para os cooperados na comercialização dos seus produtos, outra variável que se mostrou relevante é a qualidade em que 30 dos

entrevistados ou seja 61% assinalaram como altamente importante em relação quando se tratando dos insumos oferecido para comercialização, outros 27 entrevistados ou seja 54% assinalaram que também consideram o atendimento prestado ao cooperado na cooperativa como altamente importante. Quanto a assistência técnica prestada aos cooperados 22 entrevistados, ou seja, 44% avaliam como altamente importante e influente para a fidelidade dos associados.

Foi perguntado aos cooperados se já haviam se apresentado alguma situação de quebra de confiança em relação a outro associado ou a cooperativa, e por quais motivos. Em relação à cooperativa, 80% disseram não haver quebra de confiança sendo que os 20% disseram que sim e apontaram os seguintes motivos: “a cooperativa não oferecer o benefício desejado, não pagamento na entrega da produção, porque o cooperativismo perdeu o sentido, falta de preço nos cereais para compra de insumos, decretação de falência, não pagaram um frete conforme tratado”.

Quanto aos outros associados 88% disseram não ter existido quebra de confiança, sendo que 12% disseram que sim e relataram os seguintes motivos: “Financeiro, insatisfação dos familiares com relação a liderança, roubo, entrega de produtos tratados com químicos e administração ruim”.

Dentre diversos fatores analisados foi possível identificar que existem sim associados que cooperam para o bem comum, mas também existem relações oportunistas, Chaddad (2002) salienta que problemas ocorrem quando os cooperados não correspondem com um certo nível de fidelidade a sua cooperativa, muitos associados se aproveitam exclusivamente dos benefícios oferecidos pela organização, mas não assumem os custos, procurando a cooperativa somente quando não encontram valores mais atrativos no mercado. Para que realmente haja maior fidelidade por parte dos cooperados, é necessário adotar um controle maior sobre as práticas oportunistas.

4.4 Ganhos decorrentes do processo de cooperação

Para Amanto Neto (2000), é através de parcerias estratégicas que se é possível solucionar muitos problemas que as organizações enfrentam quando atuam de forma individual. É provável que ao combinar competências e utilizar o know-how de outras empresas, compartilhar os custos de desenvolvimento de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) e os conhecimentos adquiridos, realizar experiências em conjunto a fim de diluir os riscos

presentes, oferecer produtos de boa qualidade e diversificação, aumentar as vantagens competitivas, aumentar o poder de barganha nas compras, utilizar mais eficientemente os recursos ociosos de cada um, e até mesmo unir forças para uma atuação no mercado internacional.

A Tabela 11 faz referência as fontes de informações utilizadas pelos produtores em relação a informações sobre as tendências de mercado e produção.

Tabela 11- Fontes de busca de informação para tendências de mercado e produção

Fontes de busca	Frequência	%
Sindicato Rural	12	8
Livros ou Jornais	16	11
Embrapa	5	3
Programas de TV	26	17
Sua Cooperativa	29	19
Outras Cooperativas	9	6
Internet	39	26
Secretaria da Agricultura	1	1
Outros Produtores	15	10
TOTAL	152	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Em relação a Tabela 11 é possível identificar as fontes de informação que mais os produtores procuram, 26% dos entrevistados mencionaram que quando necessitam buscam informações na internet, 19% recorrem a sua cooperativa como fonte de informação, e outros 17% assistem programas de TV referentes ao campo como um maneira de estar atualizado.

Tabela 12- Fontes de busca de inovação em produtos e serviços para a produção e propriedade

Fontes de busca	Frequência	%
Sindicato Rural	11	6
Livros, Revistas e Jornais	11	6
Embrapa	9	5
Programas de TV	19	10
Sua Cooperativa	22	11
Outras Cooperativas	5	3
Internet	32	16
Secretaria da Agricultura	4	2
Outros Produtores	15	8
Cursos	22	11
Feiras Agropecuárias	28	14
Encontro com Produtores	11	6
Consultoria	9	5
TOTAL	198	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Na Tabela 12 é possível observar quais fontes para busca de inovação para produtos e serviços relacionados à propriedade os produtores mais recorrem. Sendo assim, 16% dizem buscar informações na internet, 14% se inteirar em feiras agropecuárias e outros 11% buscam informações com sua cooperativa.

Em relação a **gestão** e organização da propriedade, 57% afirmam ter algum registro de controle como anotações manuais, cadernetas, planilhas, outros 42% dizem não ter nenhum método de controle físico ou manual.

Quanto a **inovação** para auxiliar na gestão da propriedade rural 60% relatam ter computador como apoio para a administração da propriedade, outros 40% não possuem computador na propriedade. Outro dado interessante é de que 90% dos entrevistados diz ter acesso a internet na propriedade, apenas 10% não tem acesso a este meio.

Em se tratando de **novas tecnologias** adotadas pelos produtores 77% relataram ter adotado alguma tecnologia recente para a melhoria da administração na propriedade, as que foram citadas pelos produtores máquinas novas, conhecimento de mercado atual, internet para pesquisas, plano de gestão, aplicativos bancários, implantação de novas técnicas de produção, agricultura de precisão e cursos.

As relações sociais foi outro aspecto analisado entre os produtores ligados a mesma cooperativa, a Tabela 13 apresenta com quais das pessoas ligadas a cooperativa os produtores apresentam maior relacionamento.

Tabela 13- Relacionamento com demais produtores

Produtores	Frequência	%
Familiares	32	23
Vizinhos	34	24
Sócios	17	12
Amigos	24	17
Produtores da mesma atividade	33	24
TOTAL	140	100

Fonte: Dados do estudo (2017).

Em relação a Tabela 13, é possível perceber que o nível relacionamento demonstra-se semelhante em relação a vizinhos, familiares e produtores da mesma atividade.

Em seguida foi perguntado aos produtores se os mesmos compartilham informações de sua propriedade com outros produtores e quais informações. Através desta pergunta, foi elaborado o Quadro 6.

Quadro 6- Informações e técnicas compartilhadas com outros produtores

Informações	Técnicas
Novas variedades de produtos (agrotóxicos, insumos)	Tratamentos defensivos agrícolas
Informações de dados números e técnicas, que mais se adequam a lavoura através de conversas e encontros	Desde aplicação do produto até uma nova tecnologia ou modo de utilização de um implemento
Troca de receita	Técnicas de manejo que deram certo para o produtor
Através de visitas trocamos ideias	Melhores formas de plantio
Resultados e rendimentos da propriedade	Técnicas que dão maior rendimento na produção
Marcas de sementes e insumos que são de qualidade	Plantio de novas variedades, cedendo a propriedade para dia de campo
Para ajudar produzir mais	De plantio de verduras
Eficiência na produção	As técnicas que deram certo
Variedades de sementes	Manejo da lavoura em encontros
Época de plantio, cultivares, experiências na utilização de insumos e maquinários	Cultivos e manejo em geral, dialogando no dia-a-dia

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Em relação ao Quadro 6, 74% dos entrevistados disseram que sim compartilham suas técnicas e informações relevantes de sua propriedade com outros produtores através de conversas informais, visita, troca de experiências e ideias, enquanto 26% assinalaram que não trocam informações sobre sua propriedade com outros produtores.

Os entrevistados foram indagados se de alguma forma já haviam participado de atividades, com o objetivo de trocar ideias e dividir suas experiências com outros cooperados organizadas pela cooperativa, sendo assim 38% mencionaram que sim e as principais atividades citadas por eles então demonstradas no Quadro 7.

Quadro 7- Atividades organizadas pela cooperativa para promoção de conhecimento

Atividades
Cursos
Reuniões
Palestras sobre determinados produtos
Dias de campo
Ideias de outros produtores (palestras)
Propor um novo modelo cooperativista
Dias de campo e palestras
Dia de campo
Palestras
Reuniões e dias de campo
Dias de campo
Demonstração dos produtos e degustações
Encontros
Reuniões
Cursos onde se compartilha o conhecimento individual de cada associado
Palestras técnicas e dias de campo
Dias de campo

Fonte: Dados do estudo (2017).

Dentre as atividades organizadas pela cooperativa citadas no Quadro 7, pode-se observar que as mais destacadas pelos produtores são dias de campo, palestras, reuniões e encontros, outros 62% dizem não participar de atividades.

O Quadro 8 demonstra a relação de troca de conhecimentos entre os entrevistados e seus vizinhos.

Quadro 8- Práticas de produção e gestão

Práticas de produção e gestão trocadas entre vizinhos
Formas e técnicas de plantio
Época de plantio
Manejo
Plantio direto, diversificação
Plantio e colheita
Novas variedades de semente e utilização de adubo
Sementes que melhor se adaptaram a região
Quando trocar de variedade de semente de soja, milho
Agricultura de precisão
Indicação de que produtos produzir
Irrigação e agrotóxico
Montagem de estufas e plantação de morangos
Tecnologia de condução da lavoura
Tipos de venenos, utilizados
Compostagem
Agricultura de precisão e integração lavoura pecuária
Manejo de herbicidas
Alguns produtos

Fonte: Dados do estudo (2017).

Quando questionados se utilizavam ou se já haviam implantado alguma prática de gestão ou produção utilizada por seus vizinhos, 53% mencionaram que não, mas outros 47% disseram que sim. No quadro 8 podem ser observadas quais as práticas ou técnicas que foram mencionadas pelos produtores. Percebe-se que as trocas entre os produtores são mais referentes as práticas de produção como citado por eles as formas de produção, manejo, como é feito o plantio e a colheita, indicação de que variedades produzir entre outras. Com relação a gestão não foram evidenciadas muitas práticas, dentre as citadas estão a diversificação e as tecnologias para a condução das lavouras como a agricultura de precisão, que é um conjunto técnicas que permitem o gerenciamento localizado dos cultivos sendo assim dando suporte para o produtor na tomada de decisão.

Quanto a inovação os entrevistados foram questionados se haviam feito alguma descoberta em sua propriedade e de que forma conseguiram chegar a tal feito através deste questionamento se possibilitou a elaboração do Quadro 9.

Quadro 9- Inovações e /ou descobertas na propriedade

Inovações e/ou descobertas
Técnicas de manejo que deram certo e foram eficazes
Variedade de semente
Retenção de água na propriedade
Monitorando e colhendo algumas variedades de soja e trigo que produzem mais
Com estudo e experimentos
Por meio da assistência técnica da cooperativa
Bolo sem lactose, sem glúten, bolacha sem glúten
Através de visitas técnicas
Recursos hídricos
Fazendo experiências e manejos
Solo infértil/ análise de solo
Terra cultivável (a beterraba da melhor que em outras propriedades)

Fonte: Dados do estudo (2017).

Observa-se que 27% dos entrevistados disseram que descobriram algo novo em suas propriedades. Algumas dessas descobertas estão evidenciadas no quadro 9, onde as mais utilizadas pelos produtores foram referentes a análise do solo o que possibilitou aos produtores conhecer se o solo era fértil ou infértil como citado por um dos produtores, outros relatam que chegaram a descobertas a partir das próprias experiência realizadas por eles enquanto outros se apoiaram na assistência técnica para chegar a determinadas inovações.

Para Estivalette (2007), as diferente formas de cooperação buscam, reduzir riscos, incertezas e possíveis perdas, que ao mesmo tempo são compartilhados conhecimentos e ganhos, empresas com competências com competências complementares se unem para ofertar

produtos ou serviços em uma relação que oferece tanto comportamentos de confiança, quanto de oportunismo, ainda quanto a combinação de competição e cooperação. A autora diz estar ligada ao ambiente em que as empresas estão inseridas, o que demanda novas estratégias que emergem conforme a situação a ser resolvida.

4.5 Sugestões e recomendações

Através da pesquisa realizada e como forma de recomendação, a fim de fortalecer o relacionamento e a sinergia entre os associados e suas cooperativas, apresenta-se sugestões para as cooperativas:

- Planejar reuniões participativas com os membros, a fim de se obter maior aproximação buscando juntar o máximo de informações possíveis em prol da melhoria da organização cooperativa;

- Proporcionar cursos específicos para cada tipo específico de cultivo, como forma de incentivo para os associados e aprimoramento dos conhecimentos;

- Buscar ser mais competitiva, em relação aos preços pagos aos produtores aos insumos ofertados a eles, para que em contrapartida o associado possa continuar cooperando e que se estabeleça a relação de fidelidade;

- Aderência a práticas de governança corporativa, intercooperação.

Portanto se faz necessário que os cooperativas estejam atentas as relações com seus cooperados, principalmente a confiança pois é através dessa relação que pode determinar o bom andamento das atividades das cooperativas e associados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo identificar os elementos e fatores que levam os produtores rurais a cooperarem através das cooperativas. A pesquisa realizada, de natureza exploratória, permitiu conhecer as percepções que os associados têm em relação a sua cooperativa e aos demais cooperados.

O estudo e seus resultados se mostram importantes por abordar os arranjos cooperativos, em uma área em que existem muitas linhas de pesquisa em se tratando da cooperação, mas pouco é enfatizado o todo dos arranjos cooperativos.

As conclusões desta pesquisa possuem importantes resultados, tanto do ponto de vista teórico, como prático. O principal resultado consiste na identificação dos fatores que justificam a decisão de atuar de forma coletiva, pelos quais os produtores se mostram capazes de se unir em prol do mesmo objetivo para assim conseguir resultados e benefícios mais vantajosos para si.

Foi possível identificar que muitos produtores, cerca de 33% ingressam na cooperativa pelos benefícios oferecidos dentre os mais citados: opção para comercializar a produção, ter acesso aos insumos, acesso ao banco, facilidade de negociação, assistência técnica e armazenagem da produção. Outros 23% estão associados por passar de pai para filho a propriedade e a relação com a cooperativa.

Os fatores identificados que contribuem para a cooperação foram a venda da produção, gestão competente, assistência técnica, preço de venda da produção, preço dos insumos, relações sociais e transparência. E os colocados como dificuldades a serem melhoradas pela cooperativa foram os altos preços pagos pelos insumos, falta de competitividade e os preços pagos pela cooperativa inferiores aos praticados pelo mercado.

Quanto aos ganhos de conhecimento e informações a pesquisa verificou que os mesmos existem, pois muitos produtores mencionaram buscar suas informações na internet, programas de TV e em feiras agropecuárias. Os produtores relataram também que existe relação de troca de conhecimento entre eles e outros produtores como técnicas de manejo e produção.

As cooperativas por sua vez tem um papel muito importante, quando organiza atividades com objetivo de promover o conhecimento para seus associados através de cursos, reuniões, palestras sobre determinados produtos e dias de campo.

Em relação à confiança, a maioria dos entrevistados classificou como regular a confiança nos membros da cooperativa, e 46% dos entrevistados afirmaram ter alto grau de confiança em sua cooperativa.

Quanto a fidelidade, 66% dos cooperados mencionaram que os preços pago a eles pela comercialização de seus produtos na cooperativa é altamente importante. Em relação a alguma situação de quebra de confiança referente à cooperativa 80% disseram não existir, sendo que 20% mencionaram alguns fatos que já ocorreram como no caso da cooperativa não oferecer o benefício desejado, não pagamento na entrega da produção, falta de competitividade.

Em relação aos cooperados, apenas 12% mencionaram existir situações de infidelidade como roubo, entrega de produtos tratados com químicos, financeiro e insatisfação dos familiares quanto as lideranças.

Portanto, o modelo cooperativo apresenta-se como uma opção para os produtores e traz como benefícios a facilidade da comercialização da produção, assistência técnica e armazenagem da produção. Por outro lado produtores com pouca escala de produção relatam que por vezes quem mais se beneficia financeiramente são os grandes produtores, que conseguem preços tanto para venda da produção quanto para compra de insumos mais atrativos.

Em relação às limitações do estudo, encontraram-se dificuldades quanto à disponibilidade de tempo dos produtores participarem da pesquisa, tendo em vista que muitos produtores foram abordados em feiras onde a entrevista era interrompida diversas vezes, o que fez com que a coleta de dados se estendesse por mais tempo que o planejado. Outra limitação se refere ao fato de que as análises foram realizadas a partir da percepção dos associados.

Por fim, as sugestões para os estudos no âmbito das cooperativas é que se possível fosse ampliada a amostra para ter um resultado ainda mais factível, outra sugestão é de que sejam desenvolvidos estudos nos diferentes ramos do cooperativismo com: crédito, consumo, educacional, especial, habitacional, infraestrutura, mineral, produção, transporte, turismo e lazer. Seria importante partir também para uma análise da percepção dos dirigentes das cooperativas.

REFERÊNCIAS

- AMANTO, N, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas. 2000.163p.
- ARBAGE, A. P. **Custos de transação e seu impacto na formação e gestão da cadeia de suprimentos:** estudo de caso em estruturas de governança híbridas do sistema agroalimentar no Rio Grande do Sul. 2014. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J, R.; JUNIOR, E, R. O Campo de Estudo sobre Redes de Cooperação Interorganizacional no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 3, art. 4, pp. 458-477, Mai./Jun., 2010. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n3/v14n3a05.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1997.
- BATALHA, M. O.; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (Coord.) **Gestão agroindustrial: GEPAI: Grupo de estudos e pesquisas agroindustriais.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BATALHA, M. O.; SOUZA, F. H. M. Analisando a Competitividade de cadeias Agroindustriais: uma proposição metodológica. In: BATALHA, M. O.; SOUZA, F. H. M. (Orgs.) **Agronegócio no MERCOSUL: uma agenda para o desenvolvimento.** São Paulo: Atlas, 2009.
- BIALOSKORSKI S, N. **Economia e gestão de organizações cooperativas.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- BIALOSKORSKI, S, N. **Aspectos Econômicos das Cooperativas.** Belo Horizonte: Mandamentos, 2006.
- BRAGA, J.M.; REIS, B.S. **Agronegócio Cooperativo: reestruturação e estratégias.** Viçosa: UFV, DER, 2002.
- CAMPOS, F. C. A.; SANTORO, F. M.; BORGES, M. R. S.; SANTOS, N. **Cooperação e aprendizagem on-line.** Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHADDAD, F. A tipologia contratual na nova geração de cooperativas nos EUA. In: **III Workshop Internacional de Tendências do Cooperativismo.** Mimeo, Ribeirão Preto, 2002.
- COUTINHO, L; FERRAZ, J.C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira.** Campinas: Papyrus, 1994.
- DAGNINO, G.B.; PADULA, G. Untangling the Rise of Competition: The intrusion of Competition in a Cooperative Game Structure. **International Studies of Management and Organization**, v.37, n.2, 2007.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DIEHL, C. A. **Controle estratégico de custos: um modelo referencial avançado.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). 2004. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004.

ESTIVALETE, V. F. B. **O processo de aprendizagem em redes horizontais do elo varejista do agronegócio: do nível individual ao interorganizacional.** 2007. 267 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e Coordenação De Sistemas Agroindustriais: um ensaio conceitual. In: **Revista Gestão & Produção.** v. 6, n. 3, 1999.

FERREIRA, G. M. V. **Governança e sua Relação com a Fidelidade dos Cooperados.** 2014. 221p. Tese (Doutorado) – Curso de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014.

GIAROLA, E.; CRISTO, P. C. de. O.; BALBINO, R. F.; NASCIMENTO, J. P. B.; NAZARETH, L. G. C.; SANTOS, A. C. A fidelização dos associados nas organizações cooperativas: uma análise sob a perspectiva da teoria dos jogos, Estratégia Empresarial e Governança Corporativa. In: VII Encontro da Divisão de Estudos Organizacionais da ANPAD – ENEO, 2012, Curitiba, **Anais...** 2012.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social,** 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GULATI, R. Alliances and networks. **Strategic Management Journal,** Hoboken, NJ, v. 19, p. 293-317. 1998.

HENDERSON, Bruce D. As Origens da Estratégia. In: Montgomery, Cynthia A. e Porter, Michael E. **Estratégia: a busca da vantagem competitiva.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E.. **Administração Estratégica: Competitividade e Estratégia.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

JANK, M. S; NASSAR, A. M. Competitividade e globalização. In: ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (Org). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares.** São Paulo: Pioneira, 2000.

KHAMIS, A. M.; KAMEL, M. S.; SALICHS, M. A. Cooperation: concepts and general typology. In: Conference proceedings – IEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics, 2006, Madrid. **Proceedings...** , Madrid 2007.

LAGO, A.; SILVA, T. N. **Fatores Condicionantes do Desenvolvimento de Relacionamentos Intercooperativos no Cooperativismo Agropecuário.** Porto Alegre: Editora Sescop/RS, 2011.

LEVINE, D. M., STEPHAN, D. F., KREHBIEL, T. C., BERENSON, M. L. **Estatística– Teoria e Aplicações**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LORANGE, P.; ROOS, J. **Alianças estratégicas: formação, implementação e evolução**. São Paulo, Atlas, 1996.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MÓGLIA, L. C.; PARADA JUNIOR, I.; BIALOSKORSKI NETO, S.; MARCHI, D. **Fidelidade e reciprocidade do cooperado: o caso da CAROL**. 2004. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/04P261.pdf>>. Acesso em: 23 out. 2016.

OCB. **Estatísticas do cooperativismo brasileiro – ano 2015**. Disponível em: <http://www.brasilcooperativo.coop.br/GERENCIADOR/ba/arquivos/agenda_institucional_d_o_cooperativismo_2015.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2016.

OCB. **XIII Congresso Brasileiro de Cooperativismo: diretrizes aprovadas pela sessão plenária do congresso**. 2010. Disponível em: <<http://www.brasilcooperativo.coop.br/Site/Congresso/diretrizes.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

OCERGS-Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. **Princípios do cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.ocergs.com.br/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

OLIVER, C. Determinants of interorganizational relationships: integration and future directions. **Academy of Management Review**, v.15, n.2, p.241-265, 1990.

PINHO, D. B. **O cooperativismo no Brasil: da vertente pioneira a vertente solidária**. São Paulo: Saraiva, 2004.

PORTER, M. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

POLENSKE, K.R. Competition, collaboration and cooperation: An uneasy triangle in Networks and Firms and Regions. **Regional Studies**, v.38, n.9, 2004.

SCHARDONG, A. **Cooperativa de Crédito: Instrumento de Organização Econômica da Sociedade**. 2 ed. Porto Alegre: Rigel, 2003.

SERIGATI, F.; AZEVEDO, P.; ORELLANO, V, I. F. Fidelidade em cooperativas: um estudo empírico com as cooperativas paulistas. In: XLVII Congresso da Sober, 2009, Porto Alegre. **Anais do...** Porto Alegre: Sober, 2009, v. 1, p. 1-20.

THOMPSON, G. F. Between hierarchies and markets: the logic and limits of network organization. 2003.

ZAWISLAK, P. A. “From the ‘Dream of Opportunities’ to the ‘Nirvana of Trust’: issues for a framework on cooperative agreement stability”. **Read**, Porto Alegre, 34(6). 2004

ZAWISLAK, P. A. A constituição de sistemas locais de inovação e produção no Rio Grande do Sul: uma análise das redes de empresas de conservas, moveleiras, de máquinas e implementos agrícolas e de autopeças. In: **Programa de Apoio aos Sistemas Locais de Produção: a Construção de uma política pública no RS**. Porto Alegre: FEE; SEDAI, 66-89, 2002.

APÊNDICE A – Questionário

QUESTIONÁRIO

PERFIL DO ENTREVISTADO (a)

Cooperativa que é associado: _____

1 - Sexo: () Feminino () Masculino

2 - Estado Civil:

() Solteiro(a) () Casado(a) () Divorciado (a) () Viúvo(a) () União Estável

3 - De que descendência você é:

() Italiana () Alemã () Japonesa () Brasileira

() Outra. Qual: _____

4 - Membros da família – (no parênteses sinaliza com S (Sim) ou N (Não) se trabalha na propriedade e insere o número de pessoas nessa categoria):

	S/N	Nº		S/N	Nº		S/N	Nº		S/N	Nº
Marido			Pai			Sogra			Sobrinhos		
Esposa			Mãe			Genro			Outros		
Filho(s)			Sogro			Nora					

5 - Perfil educacional familiar de todos familiares e funcionários (Incluir números):

	Não alfab.	Funda. Incom.	Funda. completo	Médio incompleto	Médio completo	Superior Incompleto	Superior completo	Pós Gradua.
Dono (a) da propriedade								
Esposa (o)								
Filhos > 16 anos								
Funcionários								

6 - Faturamento Bruto anual: (menor que R\$ 50 mil especificar):

() Até R\$ 50 mil: _____ () De R\$150 mil a R\$ 200 mil

() De R\$50 mil a R\$ 100 mil () De R\$200 mil a R\$ 250 mil

() De R\$100 mil a R\$ 150 mil () Acima de 250 mil

7 - Qual a sua atividade principal na propriedade?

() Leite () Soja () Milho () Fumo

() Outros _____

8 - Quantos anos de experiência, em média, têm na atividade: _____

9 - Qual é a origem de sua renda?

Produção agropecuária própria		Artesanato / manufatura	
Trabalho agropecuária para terceiros		Turismo rural / ambiental / ecológico / aventura	
Aposentadoria ou pensão		Remessas de familiares, amigos etc. (doações)	
Trabalho no comércio ou indústria		Outras (especificar)_____	

10 - O que o(a) senhor(a) fazia antes de assumir sua propriedade?

<input type="checkbox"/> Sempre fiquei nessa propriedade	<input type="checkbox"/> Trabalhava numa empresa
<input type="checkbox"/> Era agricultor em terra própria	<input type="checkbox"/> Trabalhava numa área não agrícola
<input type="checkbox"/> Era agricultor autônomo, mas na terra de outro	<input type="checkbox"/> Não trabalhava
<input type="checkbox"/> Era empregado agrícola	<input type="checkbox"/> Outros _____

11 - Área (ha):

Própria: _____ Arrendada: _____ Outros: _____

12 - O que determina a entrega do seu produto ou depósito para a cooperativa?

- preço Proximidade o fato de ser associado
 qualidade do serviço Outro _____

13 - Como se deu o processo de ingresso na Cooperativa?

14 - Há quanto tempo é associado da cooperativa?

- até 3 anos de 3 a 6 anos de 6 a 10 anos de 10 a 20 anos

15 - Quanto à frequência, como se dá a sua participação na Cooperativa durante o ano?

Referência	de 1 a 5	de 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Mais de 20	Não Participa
Reuniões Técnicas						
Palestras						
Cursos						
Dias de Campo						
Café da Manhã						
Conselhos(Adm.ou.Fiscal)						

16 - Você recebe algum tipo de visita técnica da Cooperativa:

- Não Sim. Com que frequência? _____

17 - Existe algum outro tipo de assistência recebida, exceto para financiamento, que não seja da Cooperativa?

- Não Sim
 Emater Embrapa Empresa privada Outras Cooperativas Outros

18 - Quais serviços da Cooperativa você costuma utilizar?

- () Limpeza, secagem, armazenagem e padronização de cereais
 () Fornecimento de insumos agrícolas
 () Assistência técnica agrônômica
 () Análise de solo
 () Parceria com Institutos de pesquisas (Fundação RN, Embrapa) no desenvolvimento de novas tecnologias e rotação de culturas
 () Outros:
-

19 - Qual o nível de confiança que você tem em relação aos membros e a cooperativa. Marcar X:

Avaliado	Muito Alto	Alto	Regular	Baixo	Muito Baixo	Não confio
Presidente						
Vice-presidente						
Diretor Vogal						
Superintendente						
Diretor Executivo						
Outros Cooperados						
Sua Cooperativa						

20 - Já houve alguma situação de quebra de confiança em relação à Cooperativa?

- () Sim () Não

Por qual motivo? _____

Outro associado

- () Sim () Não

Por qual motivo? _____

21 - Quais vantagens e desvantagens, em sua opinião, a Cooperativa proporcionou a você?**Vantagens:**

- () Venda da produção
 () Gestão competente
 () Relações sociais
 () Transparência
 () Assistência técnica
 () Preço de venda da produção
 () Preço dos insumos

Outros: _____

22 -Desvantagens:

23 - Quais fatores fariam você deixar de cooperar, ou seja, se desligar da Cooperativa?

- Gestão ineficiente Mudança de atividade agrícola
 Desconfiança na direção Desvantagens de preços
 Troca de presidente
 Outros: _____

24 - Na sua cooperativa, em que situações verificam-se, com maior frequência, ações de infidelidade por parte dos cooperados?

25 - Descreva o típico cooperado que apresenta comportamento frequente de infidelidade:

26 - O que você espera dos outros cooperados para que você continue cooperando

- Continuidade da Cooperação Fidelidade
 Transparência Confiança
 Outros: _____

27 - Fatores que são importantes e explicam a fidelidade dos cooperados. Avalie, utilizando a escala abaixo, o grau de influência de cada variável sobre a fidelidade dos cooperados.

- 1** - Altamente importante **2** - Muito importante **3** - Mais ou menos importante
4 - Pouco importante **5** - Nenhuma importância

VARIÁVEL	FOCO DE ANÁLISE	1	2	3	4	5
Preço	Preços pagos aos cooperados na comercialização de seus produtos.					
Atendimento	Qualidade prestada no atendimento ao cooperado no momento em que ele procura a cooperativa para efetuar qualquer objetivo.					
Condições de pagamento	Formas de pagamentos na aquisição de produtos: à vista, parcelamentos, pacotes, etc.					
Cota capital	Recolhimento de parcela das transações comerciais para uma conta específica, resultando na formação da “cota capital”.					
Confiança	Nível de confiança estabelecida entre o associado e os dirigentes diretamente ligados a ele.					
Produtos e Serviços	Quantidade e disponibilidade de produtos e serviços oferecidos ao cooperado.					
Qualidade	Qualidade dos insumos oferecidos para a comercialização.					
Prazo	Entrega de produtos nos prazos estabelecidos.					
Utilidade/ Satisfação	Nível de utilidade e satisfação obtida pelos cooperados na utilização dos serviços da cooperativa.					
Assistência Técnica	Serviços de assistência técnica oferecidos ao cooperado.					
Cultura	Aspectos relacionados à cultura do cooperado: relações de amizade, encontros recreativos, atividades de ajuda mútua, eventos esportivos, solidariedade.					
Imagem Institucional	Grau de importância e influência da marca da cooperativa perante o mercado e a transferência dessa para o cooperado.					

28 - Na Cooperativa, em que momentos você percebe o grau de fidelidade dos cooperados?

29 - Apresente uma sugestão de ação que estimule a fidelidade (pode indicar uma experiência):

30 - Quais são as fontes para busca de informações sobre as tendências de mercado e de produção?

- () Sindicato Rural () Revistas ou Jornais () Embrapa
 () Programas de TV () Sua Cooperativa () Outras Cooperativas
 () Internet () Secretaria de Agricultura () Outros Produtores
 () Outros: _____

31 - Quais são suas fontes para busca de inovação em produtos e serviços relacionados à produção e à propriedade?

- () Sindicato Rural
 () Livros, Revistas e Jornais
 () Embrapa
 () Programas de TV
 () Sua Cooperativa
 () Outras Cooperativas
 () Internet
 () Secretária de Agricultura
 () Outros Produtores
 () Cursos
 () Feiras Agropecuárias
 () Encontros com Produtores
 () Consultoria
 () Outros: _____

32 - Tem registro e controle dos custos de produção:

- () Não () Sim

Que tipo?

33 - Na propriedade há computador como apoio para a administração da propriedade:

- () Não () Sim

Para quê? _____

34 - Possui acesso à internet:

- () Não () Sim

Para quê? _____

35- Aderiu a alguma tecnologia recente para a melhoria na administração da propriedade.

- () Não () Sim

Qual? _____

36 - Com quais produtores, ligados à Cooperativa, você têm maior relacionamento?

- () Familiares () Vizinhos
 () Sócios () Amigos
 () Produtores de mesma atividade
 () Outros: _____

37- Você compartilha informações e técnicas desenvolvidas em sua propriedade com outros produtores?

- () Não () Sim

Quais e Como?

38 - Você já participou de alguma atividade da cooperativa com objetivo de dividir suas experiências e ideias com outros cooperados?

Não Sim

Qual? _____

39 - Já implantou alguma prática de produção ou gestão utilizada por seus vizinhos?

Não Sim

Qual? _____

40 - Fez alguma descoberta em sua propriedade?

Não Sim

Como conseguiu chegar a esta descoberta?

APÊNDICE B - Termo de Consentimento

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Título da Pesquisa: Análise da cooperação nos arranjos cooperativos do agronegócio: o caso dos produtores rurais associados as cooperativas do norte do RS.

Acadêmica Responsável: Amanda Regina Leite

Orientadora Responsável: Ana Claudia Machado Padilha

Instituição a que pertence à pesquisadora: Universidade de Passo Fundo - UPF.

Telefone / E-mail para contato: (54) 99106-8507 / amanda-rl@hotmail.com

Nome do voluntário: _____

O Sr. (a) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa: “Análise da cooperação nos arranjos cooperativos do agronegócio: o caso dos produtores rurais associados às cooperativas do norte do RS”, de responsabilidade da pesquisadora Amanda Regina Leite.

O objetivo desta pesquisa é identificar os elementos presentes na relação do associado com a cooperativa, seu entendimento de fidelidade e perspectivas futuras nessa relação, que resulte em inovação e melhorias.

Para a realização da pesquisa será feito uma entrevista com os cooperados. Serão coletadas informações com os cooperados.

O objetivo da pesquisa não é expor o pesquisado, portanto os nomes serão preservados, o intuito somente desta entrevista é possibilitar ao entrevistador a identificação dos elementos necessários a sua pesquisa, já comentados anteriormente, como forma de gerar estudos acadêmicos e outras discussões no assunto.

A participação é de caráter inteiramente voluntário.

A pesquisadora garante a confiabilidade das informações geradas e a privacidade do sujeito da pesquisa.

Consentimento:

Eu, _____,
 RG _____, Declaro que recebi explicações fornecidas pela pesquisadora
 Amanda Regina Leite, e que estou ciente de que ela poderá utilizar os dados obtidos na
 realização da entrevista semiestruturada para sua pesquisa, mantendo sigilo naqueles aspectos
 que considerar de boa ética.

Passo Fundo, RS, ____ de _____ de 2016.

 Pesquisado (Pesquisadora).

OBSERVAÇÃO: O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido original permanecerá em
 poder da pesquisadora.

Período de realização da pesquisa: _____ de 2016.

•Você gostaria de ter acesso ao resultado dessa pesquisa? () Sim () Não

Em caso positivo qual seria a melhor forma:

- () organização de um evento entre os cooperados participantes
- () envio do relatório por e-mail, nesse caso identifique o e-mail:

 () reunião dos pesquisadores com cooperados isoladamente.

() outros:
