

**A PERCEPÇÃO DE PRODUTORES DE CAFÉ EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS  
PRESTADOS POR UMA COOPERATIVA DA REGIÃO DAS MATAS DE MINAS**

**JAQUELINE WERNER HONÓRIO**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS (UEMG)

**MAYARA FONSECA PINHEIRO**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS (UEMG)

**RONAN LEANDRO ZAMPIER**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS (UEMG)

# A PERCEPÇÃO DE PRODUTORES DE CAFÉ EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS PRESTADOS POR UMA COOPERATIVA DA REGIÃO DAS MATAS DE MINAS

## 1 INTRODUÇÃO

O senso comum atribui caracterizações negativas à agricultura familiar como: atrasada, ineficiente e pouco produtiva. Entretanto, em evento realizado em Roma pela *Food and Agriculture Organization* – (FAO), Organização de Alimentação e Agricultura, em tradução livre, a presidente da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), Maria Fernanda Espinosa, afirmou que os agricultores familiares representam atores socioeconômicos vitais, pois são responsáveis por meios de subsistência mais benéficos, geração de empregos, coesão comunitária e desenvolvimento rural (FAO, 2019).

Apesar de sua importância este é um setor que ainda carece de incentivos, devido aos obstáculos enfrentados pelo agricultor. Diante disso, esta modalidade de agricultura viu no cooperativismo a solução para suprir algumas necessidades dos produtores. Segundo dados do Censo Agropecuário (2017), cerca de setenta por cento dos estabelecimentos cooperados são do tipo familiar. Além de viabilizarem os negócios de seus cooperados, a alternativa oferece serviços, tais como assistência técnica, industrialização, armazenamento e comercialização da produção. Ademais, de acordo com a Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (OCEMG) o cooperativismo mineiro apresenta crescimento gradual a cada ano tanto no número de associados, quanto de empregos e na geração de renda para o estado (OCEMG, 2019).

Minas Gerais é o segundo maior estado do Brasil em número de cooperativas, e o desempenho elevado destas organizações se reflete no aumento de sua movimentação econômica, que em 2018 chegou a R\$53,6 bilhões. (OCEMG, 2019). Segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2018) o estado mineiro configura como o maior produtor de café do país, com 31,9 milhões de sacas. Além disso, a OCEMG (2019) destaca que 48,33% do café produzido em território mineiro passa por cooperativas.

Considerando que o cooperativismo é a união de pessoas para o alcance do bem comum, como também a melhoria da qualidade de vida dos envolvidos e da comunidade, conforme a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2020), percebeu-se a necessidade de analisar os serviços prestados pelas cooperativas pela perspectiva dos cooperados. Diante disso, o objetivo da presente pesquisa consistiu em analisar como os produtores de café da região das Matas de Minas percebem os serviços prestados pela cooperativa da qual são associados.

Do ponto de vista acadêmico a pesquisa se justifica pela escassez de investigações sobre os serviços prestados pelas cooperativas aos produtores, a partir da percepção dos cooperados. Ainda que haja um número significativo de estudos publicados sobre o cooperativismo agrícola, constatado em pesquisas em bases como portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e, *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), a literatura apresenta escassez de estudos que envolvem a análise da percepção dos serviços das cooperativas sob a ótica de quem experiencia os serviços prestados pelas mesmas, ou seja, pela perspectiva dos cooperados como consumidores de serviços.

Diante disso, é possível perceber que se conhece muito sobre as cooperativas, porém, há uma escassez de trabalhos focados na percepção de quem experiencia os serviços prestados pelas mesmas. E, ainda que existam trabalhos sobre a temática (MARSCHALL, 2009; SOBREIRO; BODART, 2016), negligenciou-se a percepção dos cooperados no locus abordado nesta investigação. Nesse sentido, a evidência da relevância e a originalidade desta pesquisa é observada visto a lacuna de pesquisas focadas na percepção de cooperados e a inexistência de trabalhos que envolvam a percepção de associados, especificamente na região das Matas de Minas.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Cooperativismo e agricultura familiar**

O cooperativismo surgiu em 1844, e apesar do triunfo, o modelo de negócios não nasceu em berço de ouro. A Revolução industrial estava a todo vapor, fábricas em progresso e a classe alta cada vez mais rica, porém, os operários estavam desesperados (HOLYOAKE, 2008). Segundo o autor supracitado, a alternativa encontrada foi a criação de um modelo de produção, solidário, cooperativo e sustentável. Tal modelo, denominado como cooperativismo, para Schneider e Lauschner (1979), surgiu para a defesa das condições de vida da classe trabalhadora, mediante os riscos oferecidos pelo capitalismo. Bialoskorski (2002) argumenta que o cooperativismo é considerado um dos principais meios de promoção de desenvolvimento econômico e social ao gerar e distribuir renda, e promover o capital social nas comunidades que o praticam. A Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2020) define o cooperativismo como um modelo de negócios que estabelece o desenvolvimento socioeconômico (OCB, 2020).

No Brasil o órgão responsável pela defesa do sistema cooperativista é a OCB, que dividiu o cooperativismo em treze ramos, inicialmente, mas, houve uma reformulação em 2020. Segundo a OCB, a mudança tornará a organização mais “próxima da realidade das cooperativas, gerando cada vez mais impactos positivos tanto para as pessoas quanto para os negócios”. Atualmente os ramos do cooperativismo são sete: agropecuário; consumo; crédito; infraestrutura; trabalho; produção de bens e serviços; saúde; e transporte (OCB, 2020).

As cooperativas desempenham um papel importante no Brasil, ainda segundo o Censo Agropecuário do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) tudo o que é produzido no campo passa por uma cooperativa (IBGE, 2017). Esse empreendimento possui como objetivo o bem comum e a satisfação dos cooperados e da comunidade.

Políticas públicas para o fortalecimento do agronegócio familiar existem. Porém, aparentam não ser suficientemente eficazes no fortalecimento dos produtores familiares. Nesse sentido, há outro modelo que abraçou a causa dos produtores familiares. As cooperativas apresentam-se como intermediárias para a inserção dos produtos oriundos da agricultura familiar no mercado, que seria mais difícil se feito isoladamente, além de prestar serviços e possibilitar o acesso às inovações tecnológicas aos seus associados (RIBEIRO, 2017).

O estudo de Estevam, Salvaro e Busarello (2015) evidencia que após aderirem ao cooperativismo os agricultores obtiveram aumento na quantidade produzida e no fluxo de comercialização de seus produtos. Além disso, esses produtores variaram a produção cultivada e aumentaram a renda na propriedade em função da possibilidade de terem uma marca própria da cooperativa, o que contribui para agregar valor à produção.

Similarmente, Baggio e Kuhl (2018) afirmam que o acesso às cooperativas contribui para aumentar o poder de negociação na comercialização e conseqüentemente a ampliação da capacidade do produtor de definir o valor de sua produção. Com a garantia de uma parcela maior do retorno de suas inovações eles não ficam à mercê das variações de preços do mercado.

### **2.2 Motivação e satisfação em Cooperativismo**

Vários autores se empenharam em descobrir quais incitações levam o ser humano a tomar decisões. Um deles foi Maslow que criou uma das teorias motivacionais mais conhecidas: a teoria das necessidades (SANTANA, 2016). Um fator relevante sobre o estudo de Santana (2016), intitulado “Motivação e Cooperativismo”, é que excluindo-se a teoria de Maslow, que representa as motivações dos indivíduos em contexto geral, as demais contribuições têm foco voltado para as motivações dos colaboradores no ambiente empresarial, sem a busca pelas motivações dos clientes em utilizar os serviços prestados pela organização.

Investigando sobre a motivação de jovens na participação mais ativa no cooperativismo de crédito, Dillmann e Zamberlan (2017) constataram entre os estímulos para a associação: ser dono, atendimento de todas necessidades, agilidade, bom atendimento, taxa de juros, confiança na empresa e no modelo cooperativista, retorno de capital e campanha de prêmios.

Já Marschall (2009) apresenta o que os pequenos produtores buscam nas relações de cooperação, projeto que mais se aproxima ao presente trabalho, por ter foco em cooperativas do ramo agrícola. Segundo o autor supracitado, os motivos que levam os associados a ingressarem na cooperativa são: segurança, assistência técnica, armazenagem, preços, crédito, conta capital, sobras, influência de pais/parentes, agroindústrias, atividades sociais e benefícios sociais. Entretanto, em relação às possíveis barreiras para adesão ao cooperativismo, há certo receio à maneira como o cooperativismo realmente funciona que gera dificuldade dos indivíduos na vinculação à uma cooperativa (SOBREIRO; BODART, 2016).

Em estudo sobre a percepção de produtores, Sobreiro e Bodart (2016) identificaram entre os cooperados, satisfação com os resultados de seus negócios e que essa prática afeta positivamente suas percepções em torno da responsabilidade social e ambiental. Além disso, a obra retrata que a cooperativa estudada reduz o custo com a logística, pois recolhe a produção do cooperado em sua propriedade. De acordo com os pesquisadores a redução do custo da produção e a certeza de seu escoamento torna o cooperado mais competitivo no mercado.

Segundo Sobreiro e Bodart (2016), as palestras e debates são meios de capacitação dos produtores e auxílio na gestão de seus negócios. Este conhecimento desencadeia o desenvolvimento da economia local, ao passo que desenvolve o ser humano, assim como a qualidade de vida do cooperado. Numa avaliação sobre a empresa estudada pelos referidos autores, nos quesitos relacionamento entre os associados, a diretoria e funcionários, observa-se excelente nível de satisfação. No mesmo estudo, alguns produtores, que consideraram o relacionamento com a direção e conselhos regular, citaram como principais fatores: falta de diálogo e contato da direção com associados.

Em estudo sobre a percepção de cooperados e colaboradores da empresa investigada Silva, Cordeiro e Paula (2006) afirmam ter constatado a satisfação dos mesmos. Entretanto, esclarece que os trabalhadores que demonstraram certo desagrado com a cooperativa nos quesitos valorização do trabalho e perspectivas de desenvolvimento profissional merecem atenção, mas não mencionam o desagrado de cooperados. A pesquisa chama também a atenção para o baixo índice de participação dos cooperados nas assembleias e o justificam pela falta de empenho em buscar informações sobre a cooperativa (SILVA; CORDEIRO; PAULA, 2006).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A presente pesquisa foi aprovada em comitê de ética em pesquisa, obedeceu às resoluções 466/2012 e 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde e está registrada sob o CAAE 35510820.1.0000.5112. Nessa investigação foi adotada a abordagem qualitativa de pesquisa, tenho em vista a mesma ser pertinente para analisar a percepção de cooperados com relação aos serviços oferecidos por uma cooperativa. Quanto aos fins, a pesquisa classifica-se como descritiva, por ter como objetivo descrever fenômenos que se relacionam com a percepção dos associados em relação aos serviços prestados por uma cooperativa. Quanto aos meios, a investigação consistiu de uma pesquisa de campo, pela importância das interações com os componentes do grupo durante a investigação (GIL, 1999).

A técnica de coleta de dados utilizada foi a entrevista com roteiro semiestruturado, elaborado pelas autoras e validado por pesquisador/especialista, responsável pela presente pesquisa. Este instrumento propiciou aos informantes seguirem espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo entrevistador, e assim oferecerem mais conteúdo de pesquisa (TRIVIÑOS, 1987).

Os dados primários foram coletados junto a cafeicultores da região das Matas de Minas, no município de Espera Feliz, associados à doravante denominada Cooperativa X, para preservar o anonimato da mesma, que possui cerca de nove mil e quinhentos cooperados distribuídos em treze unidades. Vale salientar que devido à pandemia da Covid-19, a interação presencial durante a presente pesquisa foi mínima, e seguiu rigorosamente os protocolos sanitários estabelecidos pela universidade e demais órgãos competentes, conforme Resolução da UEMG, nº 272, art. 4º, inciso V. Durante a fase de recrutamento dos sujeitos da pesquisa, única com interação presencial, foram adotados máscaras de proteção facial, o álcool em gel para a higienização e o distanciamento de ao menos um metro e meio entre a equipe executora da pesquisa e o candidato a informante.

Os sujeitos da pesquisa foram selecionados a partir de critérios de conveniência e acessibilidade. Os cafeicultores convidados a participar da pesquisa, que aceitaram contribuir, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Nesse momento também foi agendada a realização da entrevista.

Como o enfoque da pesquisa foi a análise de um fenômeno, sem a pretensão da representação estatística da população, não houve predefinição do número de investigados previamente. Para determinação do número de entrevistados foi adotado o critério de saturação, proposto por Glaser e Strauss (1967). Nesse sentido, quando os dados coletados se repetiram ou passaram a ser irrelevantes para os códigos e categorias analíticas que emergiram, a coleta de dados foi encerrada.

Assim, o corpus da pesquisa foi constituído por nove entrevistas realizadas com cooperados de uma cooperativa. As entrevistas ocorreram entre os meses de outubro e novembro de dois mil e vinte. A entrevista mais breve teve duração de oito minutos e a mais longa durou vinte e nove minutos, resultando em uma média de quinze minutos por entrevista. As entrevistas realizadas remotamente, mediadas por tecnologia, foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas integralmente, totalizando quarenta e nove páginas de texto.

Para fins de análise e interpretação, os dados foram submetidos à análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). Assim como proposto, originalmente, o procedimento de análise consistiu de três fases: i) pré-análise, que envolveu a preparação do material e a leitura flutuante das entrevistas transcritas para familiarização com o conteúdo do material; ii) exploração do material, que consistiu da leitura aprofundada do material e a codificação e a categorização dos dados obtidos; e iii) tratamento e interpretação, consistiu do agrupamento, síntese e seleção dos principais resultados do estudo para a interpretação dos mesmos e confronto com a literatura. Esses procedimentos resultaram em duas categorias analíticas (motivação dos cooperados para associação e satisfação/insatisfação dos cooperados), cujos respectivos resultados são apresentados na seção a seguir.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Motivações dos produtores para associação à cooperativa**

De acordo com as informações obtidas através da coleta de dados evidenciou-se a identificação de fatores que influenciam produtores a se associarem à uma cooperativa agrícola. Nesse trecho, o entrevistado que possui experiência no ramo cooperativista relata a sensação de pertencimento como principal inclinação para sua associação.

Bem, eu sou já tem 23 anos, né? Que eu faço parte do sistema de cooperativa de crédito, e o principal motivo foi realmente saber que eu faço parte da cooperativa, que eu sou dono na cooperativa, né? E, que a cooperativa é um meio através do qual eu consigo realizar minhas compras e aplicações financeiras. E é uma forma justa e mais prazerosa para as pessoas que convivem comigo. (Cooperado 6)

Em conformidade com Dillmann e Zamberlan (2017), a expressão “ser dono” também é encontrada como razão para a adesão ao sistema cooperativo. Assim como ICA, (2020) o cooperado também relata que a cooperativa preza pela intercooperação e interesse da comunidade. Observa-se ainda que, tal como afirmado por Schneider e Lauschner (1979), o associado acredita que a cooperação confere uma melhoria de vida através dos serviços ofertados. A seguir é discutido como a influência de outras pessoas representa a motivação principal para contratar os serviços cooperativistas.

Lá tem um funcionário, ele já me dava assistência técnica quando ele trabalhava em uma outra loja de produto agrícola na região. E aí, ele foi pra cooperativa, aí ele falou pra eu associar e tal. Aí eu associei. Acho, que quando você tem um profissional que você gosta, que você confia, onde ele vai você continua comprando com ele. Ele te carrega junto, digamos assim, né? (Cooperado 9)

O estudo de Marschall (2009) trata da indicação de pais e parentes para associação, no entanto, nada se fala da influência de amigos tão pouco de amigos colaboradores. Alguns são atraídos pela venda e a comercialização de produtos:

No caso, é a venda de insumos. A venda de insumos de adubo, de fertilizantes e defensivos agrícolas. (Cooperado 6)

É a facilidade no pagamento. Preços! Que o preço deles ninguém bate. É o melhor! É, essas duas opções que mais incentivou a ser associado. (Cooperado 2)

Diante destes relatos pode-se inferir que o cooperado negocia com a cooperativa pois o processo de compra dos materiais e equipamentos utilizados na produção é mais fácil por meio dela. O preço é outro estímulo para que os pequenos produtores se associem, assim como constatado por Marschall (2009). Todavia, o autor não menciona em seu estudo a facilidade de pagamento e nem a compra de insumos como motivadores. Além do valor negociado, outro estímulo detectado para associação foi o acompanhamento técnico.

A parte de companhia técnica eu vejo que é um dos denominadores que faz eu comprar dela, entendeu? Porque só comprar por comprar não me interessa. Eu compro dela porque tem essa prestação do técnico, que me atende e também a linha de produto. Tem até mais de um produto que possa resolver um problema que eu tenho na minha propriedade. Então, é isso que eu vejo na cooperativa que eu sou sócio.(Cooperado 8)

É interessante observar que o cooperado aprecia o relacionamento pós-compra, principalmente, pelo fato de o mesmo não “comprar por comprar”. Como visto, a presença do técnico na propriedade para a coordenação na utilização dos produtos é essencial. Nesse sentido, conforme indicado no estudo de Marschall (2009), a qualidade da assistência técnica configura uma das causas para associação dos cooperados.

Ao perguntar se os produtores negociavam com outras cooperativas de produção, os entrevistados responderam que “não”. Entretanto, constatou-se que a fidelidade se deve ao fato de inexistirem outras cooperativas agrícolas na cidade. Fato negativo ao cooperado pela falta de opções.

Os fatores motivadores para associação identificados na pesquisa seguem duas linhas. Uma voltada para o relacionamento e a confiança em amigos, e a outra voltada para os fatores econômicos, como a venda de insumos, assistência técnica e o preço baixo. Além dos fatores estimulantes para a adesão dos produtores, vale destacar os entraves destacados por eles:

Cê vê várias cooperativas de Espera Feliz quebraram. Eu mesmo tive um prejuízo de

vinte mil reais, mas, trouxe cooperado pra aqui né? Eu creio que essa não vai acontecer isso. Talvez, por isso que muitos cooperados tem medo de entrar numa cooperativa. Aí, a gente fala de cooperativa com eles. Fala não quero nem saber disso mais. Então a gente tenta falar com eles que é diferente, que é outra cooperativa, que não é igual. Mas, é o medo que eles têm. Se conversar com eles, voltam. O que falta é mostrar pra eles, né? (Cooperado 3)

Conforme Sobreiro e Bodart (2016) há receio da população em aderir ao cooperativismo. Entretanto, conforme os dados apresentados, o motivo para a aversão não se justifica pelo desconhecimento do sistema, mas pelo histórico de cooperativas instaladas anteriormente na cidade que geraram prejuízos aos cooperados, consistindo em fator repelente.

#### **4.2 Satisfação/insatisfação dos associados com relação aos serviços prestados pela cooperativa**

No site institucional da empresa observa-se no menu de “serviços” que ela oferece consultoria técnica, certificações, armazéns gerais, comercialização de café e insumos. Na consultoria técnica é enviado um técnico para a fazenda do produtor, de acordo com o cronograma anual desenvolvido pela cooperativa, a fim de esclarecer todas as suas dúvidas e a responsabilidade do mesmo manter o cooperado informado sobre todos os projetos da cooperativa. O “Comércio Justo” é uma certificação que garante um preço mínimo a ser negociado pelo café do produtor desde que siga algumas regras voltadas para o bem-estar social. A cooperativa conta também com a participação de Armazéns Gerais de Minas Gerais e Espírito Santo, que são instalações altamente qualificadas com a finalidade de preparar o café para todas as destinações mundiais.

Em seu site a empresa indica sempre buscar as melhores opções para a comercialização de café e conta com oito unidades para este fim, com informações mercadológicas, armazenamento e facilidade de comercialização do café no momento adequado e garantia de recebimento à vista. A cooperativa afirma que possui todos os insumos necessários para as atividades econômicas dos cooperados, com os melhores preços e melhores condições de pagamento, seja com recursos próprios ou por meio de outras cooperativas de crédito.

Nas entrevistas a assistência técnica é um fator bastante mencionado pelos cooperados quando perguntados sobre os benefícios notados após a associação:

Ah, ajudou muito, né? Porque a cooperativa tem os técnicos dela, que tá a nossa disposição. Ajuda a gente desde a amostra, até de coletar a amostra de análise de solo, aí junto com a gente faz as leituras, vê as necessidades, e com isso a gente aplica o produto que precisa na hora certa, no tempo certo, fazendo com que a nossa produção aumente, né? Eu percebo que cada ano, né? Nossa produção, graças a Deus, tá aumentando. (Cooperado 6)

Então, uma das coisas que eu vejo é o aumento de produção na lavoura. E como é que se diz? E também o meu crescimento, né? Muitos produtos que as vezes estava usando errado, e tinha produtos que eu nem tinha conhecimento, que com a visita do técnico da [Cooperativa X] e as instruções dela, foi me orientando alguns produtos até para diminuir o custo da minha propriedade. (Cooperado 8)

Os cooperados perceberam que após aderirem ao cooperativismo houve aumento na produção, bem como observado por Estevam, Salvaro e Busarello (2015). Um fator relevante exposto pelos produtores é a diminuição de custos da propriedade através da utilização correta dos produtos e o aumento na produção que significa mais renda para o cooperado. Os entrevistados afirmam que além do crescimento da produção, a assistência técnica permitiu o crescimento, pois, garante acesso às novas técnicas de produção, além de corrigir os erros

atuais. Segundo Sobreiro e Bodart (2016), este conhecimento é importante, pois, desencadeia o desenvolvimento da economia local, do ser humano, bem como a qualidade de vida do cooperado. De acordo com os mesmos autores as palestras e debates são os meios para capacitação dos produtores, já na presente pesquisa foi constatado que a assistência técnica e os ensinamentos na prática com os associados são os meios que se mostraram eficientes.

Apesar da assistência técnica significar para alguns produtores satisfação e origem de mudanças positivas, a mesma divide opiniões, conforme pode ser observado nos relatos em que os cooperados respondem o que pode ser melhorado na cooperativa.

Igual te falei, né? Acredito muito [no profissional da gerência da cooperativa]. Mas, eu acho assim, tá bom, pra mim tá ótimo. E eu tô feliz! Mas, tem que colocar mais alguém pra fazer o trabalho de campo. Eu acho que a cooperativa tá precisando de alguém no trabalho de campo. Mas, não pode ser um cara chato, tem que ser um cara bom. Eu até brinco, vendedor é até muito bom, mas tem hora que perturba. Então, tem que ter uma pessoa que entenda, né? Se eu cheguei na propriedade e você não quiser, também não vou ficar ali te empatando. (Cooperado 4)

A análise dos dados permite afirmar que há concordância parcial entre o serviço de acompanhamento técnico prestado e o proposto pela cooperativa. A concordância está presente na disponibilidade dos técnicos, geração de conhecimento para os produtores e a melhora da produção. No entanto, há insatisfação quanto ao método de realização da assistência, que causa aborrecimento em alguns casos. Particularmente, a cooperativa afirma que o acompanhamento técnico tem a finalidade de esclarecer dúvidas, sem custo adicional, porém, segundo produtores, a mesma é feita com o intuito de realizar vendas. A presente pesquisa revela dois posicionamentos sobre a tentativa de comercialização de suprimentos na visita técnica.

O tempo da gente já é medido. Aí você tem que tá lá na propriedade. Aí chega lá, um vendedor chega lá e fica te perturbando toda vida. Aí você tem que parar, mas, você tem que atender, e fica meio chato. Vai te cumprimentar, aí fica ali insistindo naquela coisa. Então, vendedor, eu acho que tem que ter área, né? Saber vender, e saber quando o cara não quer. (Cooperado 4)

Tem um serviço deles que é bem interessante. Que eles vêm na casa da gente, na zona rural. Eles vêm aqui em casa fazer a venda pra gente, eles vêm aqui trazer contrato pra gente assinar. Isso aí é uma parte muito interessante. Porque teve época da gente não ter tempo pra ficar saindo, e a gente comprou e assinou o contrato, tudo aqui na nossa residência mesmo. (Cooperado 2)

Se por um lado, o Cooperado 4 acredita que deve haver separação entre a venda e a assistência técnica na propriedade, por outro lado o Cooperado 2 acha que a venda de produtos no momento da visita é benéfica, justamente por conferir comodidade quando há escassez de tempo para o deslocamento até a cidade com a finalidade de comprar os produtos necessários. Apesar de alguns produtores gostarem de comprar na propriedade, não é este o foco da consultoria. Além disso, observou-se pela análise dos dados coletados que a comunicação sobre a visita ao cooperado e a observação sobre a disponibilidade do produtor para evitar transtornos não tem sido realizada adequadamente, apesar de a cooperativa afirmar que é papel do técnico deixar os cooperados cientes de tudo relacionado à cooperativa.

A facilidade nas condições de pagamento tem sido uma das causas que fazem o cooperado apreciar a negociação com a cooperativa, como demonstra o excerto a seguir:

Ainda mais para a gente que é rural, é muito importante facilidade no pagamento. No nosso caso, a gente trabalha com café, é uma vez no ano né? Então, eles têm a oportunidade pra nós, e também tem época que é mais fraco. Tudo isso aí, eles facilitam bem pra gente e nós estamos gostando muito de mexer com a cooperativa.



(Cooperada 2)

A sazonalidade da produção de café torna a situação de alguns produtores difícil em certas épocas do ano. No entanto, o amparo da cooperativa nesses momentos tem gerado satisfação para os produtores, conforme relatado pela cooperada. A seguir é possível conferir a satisfação percebida pelos cooperados em relação ao atendimento da cooperativa.

Olha, tudo que eu preciso até hoje nunca houve demora em nada. Na loja, eles me atendem de imediato e quando precisei aqui na roça também foi muito rápido. Não tem demora não. É imediato o atendimento. Satisfação assim nas compras é muito bom, rápido né. Satisfação 100%.” (Cooperada 2)

Ah, é muito rápido. Eu não sei nem assim, porque. Eu chego no balcão e já faço o pedido, já vai no caixa, já faz o acerto financeiro, paga à vista ou é feito em duplicata. Assim, pra mim não tenho nada pra reclamar não. É muito rápido, sempre me atendem muito rápido. Eu vou te falar aí, que eu fico, se for só pra comprar, eu não levo 5 minutos pra ficar lá dentro da [Cooperativa X], não. (Cooperado 6)

A maioria dos cooperados entrevistados caracterizam o atendimento como bom, rápido e satisfatório. Todavia, este é um serviço que divide opiniões, como exemplificam os excertos:

Olha, eu acho que o atendimento de balcão lá pode ser melhorado. Já deu uma melhorada sabe, que era péssimo. Mas de primeiro você chegava eles nem te olhavam, assim achava que você era invisível, parece que não fazia muita questão. Igual eu te falei, o atendimento de balcão era ruim acho que depois que a [funcionária da gerência] veio pra Espera Feliz acho que ela deu uma mehorada sabe. (Cooperado 9)

Já marquei no relógio, eu já fiquei pro lado de fora lá, pra te falar a verdade, 40 minutos. Já marquei no relógio e falei: "Vai atender não? Vou embora!" Aí ia embora, voltava no outro dia. Falei assim: "Até vou reclamar com a gerente, não vou ficar toda vida aqui não. Não posso ficar aqui no carro toda vida, não ué! Não tem lógica um trem desse não, ué!" (Cooperado 3)

O cooperado 9 notou uma melhora no atendimento de balcão e acredita que isto tem relação com a nova gerência. Já o cooperado “3”, apesar de afirmar em seus relatos anteriores que o atendimento da empresa é rápido conta o descaso que sofreu certo dia. Ele possui uma deficiência física que o impede de andar por isso, relata que geralmente é atendido dentro de seu carro. Em seu depoimento o produtor firma que não foi atendido, voltou para sua casa e retornou à cooperativa no outro dia. Fica claro que os cooperados gostam de ser notados quando chegam à empresa e prezam pela atenção no momento do atendimento. A falta deste cuidado, além de ir contra os ideais sobre o bem-estar e respeito com os indivíduos pregados pela linha de pensamento cooperativista (SCHNEIDER; LAUNCHER, 1979; BIALOSKORSK, 2002; OCB, 2020) gera um grande desapontamento nos clientes.

O entrevistado 3 relata a percepção de satisfação de outros associados que conhece.

E eu conheço muitos que estão muito satisfeitos e existe algum que reclame tem vez. O atendimento tem hora que é fraco e eu já falei com [o profissional da gerência da Cooperativa] “Isso tem que se abrir mais, às vezes demora”. Eu conheço um cooperado por exemplo que ficou chateado lá na troca de adubo por café, que falou: “ó se você não buscar o café hoje, vai estragar no terreno”. Mas, ele nunca deixou de comprar. Hoje ele compra 60 sacas de ração e é cooperado. Porque você vai procurar e tem preço. Então, a tendência é só crescer. (Cooperado 3)

O cooperado menciona além do atendimento interno da cooperativa, o atendimento externo que inclui a entrega e a busca de produtos nas propriedades dos associados. Para

Sobreiro e Bodart (2016) a certeza do recolhimento da produção em sua propriedade reduz os custos e torna o cooperado mais competitivo no mercado. É possível observar que o amigo do entrevistado, também associado à cooperativa, enfrenta problemas quanto a negociação da produção, neste caso a lentidão encontrada para ter o seu café buscado no terreno para realização da troca por insumos fornecidos pela cooperativa. No entanto, algo que chama atenção é que mesmo diante das decepções enfrentadas o produtor rural não deixa de comercializar junto a associação, segundo o entrevistado em razão dos preços praticados. Outros cooperados também opinaram sobre a entrega:

É, no geral, a satisfação lá é boa. Tem algum gargalo talvez na entrega de um adubo, fertilizante, mas é por ser caminhão terceirizado né? Mas, referente as entregas dentro da cooperativa mesmo, atendimento dentro da loja, entrega dos produtos, eu me sinto satisfeito. (Cooperado 8)

Meu filho comprou uma ração e tá gostando de comprar ração. Ele pediu, levou 2 dias pra chegar. Eu não sei se é porque o carro deles é pequeno, se a caminhonete é pequena pra entregar ou é muita entrega. Não sei se é por causa disso. Porque quanto mais rápido ele atender, mais rápido o produtor fica satisfeito. (Cooperado 3)

Ah, é rapidinho. Normalmente eu vou comprar um produto se já tem de pronta entrega eu já trago né. E se não tem também eles entregam, falam quando vai chegar e entregam rapidinho. (Cooperado 9)

O Cooperado 8 afirmou estar satisfeito com os serviços prestados pela cooperativa, e destacou que o atendimento da mesma é rápido, porém, acredita que a lentidão na entrega representa um gargalo para a empresa. Os associados mostram-se compreensivos ao apontarem os possíveis motivos para a lentidão da entrega, como a terceirização deste serviço, veículo pequeno para o transporte e volume de entregas. Nota-se uma relação interessante estabelecida pelo produtor entre a satisfação e o tempo de atendimento quando afirma que “quanto mais rápido é atendido, mais rápido o produtor fica satisfeito”. Assim, como vários pontos relacionados à prestação de serviços da empresa estudada, não há um consenso entre os entrevistados sobre a satisfação com a entrega de produtos.

Apesar de o preço baixo ter sido um motivador para associação à cooperativa, e até permanecerem nela, alguns cooperados reclamaram dos valores dos produtos.

Mas, eu acho que Espera Feliz tá ficando muito competitivo. E, por ser uma cooperativa, eu acho que tinha que ser melhor. E não tá sendo melhor. Igual tem uma lojinha aqui em Caparaó, que vende produto bovino e tanto faz eu comprar aqui, como eu comprar lá, onde eu sou associado. A diferença é muito insignificante. O preço da cooperativa não tá muito competitivo. Por ser cooperativa, tinha que ser um pouquinho melhor (Cooperado 4).

Porque você não tem muito benefício. Tipo assim, loja que você não é associado te faz o mesmo preço. Talvez, até preço melhor que o da cooperativa. As vezes um comerciante compra o produto da gente até melhor que o da cooperativa. Então não tem muito incentivo não (Cooperado 5).

Os produtores acreditam que a cooperativa deva conseguir preços melhores do que estabelecimentos comerciais, inclusive, lojas menores, onde não é necessária a associação para que se compre com um valor menor. Para Moraes e Schuab (2019), as cooperativas visam além de lucro a promoção e a permanência dos agricultores no campo, assim como ampliar as possibilidades e oportunidades e mercado para as pessoas do meio rural. Entretanto, no segundo relato o produtor ressalta que tanto para comprar como para vender a sua produção, as lojas comerciais são melhores em relação ao sistema cooperativista. Estas informações contrapõem

o proposto pela organização que afirma sempre buscar as melhores opções para a comercialização e ainda possuir todos os insumos necessários para as atividades econômicas dos cooperados com os melhores preços e melhores condições de pagamento. Apesar de não negociar com outra cooperativa de produção observa-se que os associados negociam com empresas comerciais que fornecem os mesmos serviços que ela.

Sobre a cooperativa possuir todos os insumos necessários à produção, os agricultores também relataram sua experiência.

Produto, tem sempre produto que a gente procura. Estoque se não tem eles trazem pra gente de outra cidade. Então não tem problema nenhum, é excelente o atendimento deles. (Cooperado 6)

É cem por cento, só Jesus! Agora, igual eu te falei, tem como melhorar muito, botar novos produtos, novas máquinas, tem onde crescer muito. Espera Feliz tá crescendo muito. (Cooperado 3)

Para os cooperados os mesmos são atendidos satisfatoriamente pela gama de produtos disponíveis, todavia, para alguns a empresa precisa adquirir mais insumos, equipamentos, maquinário, etc., pois, para o beneficiário este seria o caminho para a evolução da empresa. A seguir a opinião dos cooperados sobre a atuação da organização quanto à resolução de problemas.

Ah, eu acho uma... né? Porque o pessoal aqui da nossa cooperativa de produção, aqui de Espera Feliz, que eu lido mais com eles aqui, são fantásticos. Eles tão lá, toda hora que você chega o pessoal tá ali disposto e solícito a te ajudar a resolver seu problema. Se você tem qualquer tipo de dúvida, se você tem qualquer problema financeiro, também tão ali pra ajudar. Eles simplificam para você fazer o pagamento, então quer dizer que eles realmente atendem a minha necessidade. Então por isso que eu te disse que é na plenitude. Até hoje eu nunca tive um problema com a cooperativa que não fosse resolvido da melhor forma possível. (Cooperado 6)

Sim. Até que as vezes não tão facilmente, as vezes tem um pouco de demora, mas resolve sim. (Cooperado 5)

Eu acho legal. Quando você mexe com pessoas que tem mais poder. Não quer dizer que as outras pessoas não têm capacidade, mas quando você mexe com líderes, você tem mais um pouquinho de facilidade. (Cooperado 4)

Sobre a solução de problemas, boa parte dos entrevistados afirma ser realizada com rapidez e facilidade. No entanto, há quem observe demora neste processo. Há também o cooperado que prefere resolver suas questões junto ao setor gerencial da empresa por acreditar que por meio dele encontra-se mais facilidade em relação aos outros setores. A competência dos colaboradores possui forte relação com a satisfação sentida pelos cooperados.

As vezes a gente quer conversar com o veterinário, tem ele sempre lá, disposto. É isso! Eles são muito prestativos, e isso me satisfaz muito e o preço também. Me mantem muito bem. Tem vários motivos. Principalmente, quando você pega assim, pessoas que sabem administrar, sabe? Igual eu conheci a pouco tempo agora, a [funcionária da gerência da cooperativa], uma pessoa excelentíssima. Muito bacana comigo. (Cooperado 3)

Eu acho que a [funcionária da gerência da cooperativa] vai fazer um bom trabalho. Tô satisfeito, tô feliz por ela. Acho que ela vai ser bacana. (Cooperado 4)

O companheirismo entre colaborador e cooperado é um fator decisivo para a associação à cooperativa. E essa relação é constatada como justificativa de satisfação dos cooperados. Sobreiro e Bodart (2016) também se empenharam em avaliar o relacionamento dos associados com os funcionários e direção e revelaram aprovação nestes quesitos, mas, não são revelados os motivos. Já a presente pesquisa aponta entre os satisfeitos com o relacionamento, os motivos de assim se sentirem: pela disponibilidade, atenção e competência dos funcionários. Os relatos dos cooperados 3 e 4 convergem com os achados do estudo de Sobreiro e Bodart (2016) quando mencionam o relacionamento com a diretoria. Neste quesito, os autores se atentaram em descobrir a causa do descontentamento de alguns cooperados que citaram: falta de diálogo da direção com os associados e a falta de contato com a diretoria. Diferentemente ao que foi apurado no relato dos entrevistados no presente estudo, pois, segundo os entrevistados, existe interação e comunicação com a gestão da cooperativa.

Com relação à comercialização de café constatou-se que a mesma está entre os serviços que precisam ser melhorados pela cooperativa.

Ah, eu acho que hoje, pra nós aqui precisa melhorar a questão da comercialização do café. Porque hoje, né, a gente entrega a amostra do café aqui na cidade de Espera Feliz. Aí tem que ir para Laginha, pra ser provado lá em Laginha. Aí, demora pra as vezes vim resultado. Então, eu acho que esse serviço de compra de café precisaria de melhorar bastante. Teríamos que ter aqui na cidade, arrumar um jeito de ter uma própria prova de café aqui na cidade de Espera Feliz. Que aí, seria muito mais rápido, mais fácil, mais ágil para a gente poder trabalhar. Agora, quanto a comercialização de insumos de adubo e defensivos, isso aí eu acredito que a cooperativa atende na sua plenitude. Eu não vejo nada assim que tenha que melhorar no momento não. (Cooperado 6)

De acordo com a empresa, a mesma sempre busca as melhores opções para a comercialização de café. Entretanto, conforme relatado pelos produtores este processo não é tão simples, pois há demora na prova do café e na comunicação do resultado para o cooperado. Consequentemente, esta demora no processo reflete na busca do café na propriedade do cliente que o obriga a recorrer a outras medidas. A urgência no transporte de sua produção após vendê-la pode ser constatada no excerto a seguir:

A gente prova e quer que busca o mais rápido. A gente não pode ficar guardando, até porque, quando chega época de café aqui na região, tem roubos de vez em quando. Então, a gente fica com medo. Então, se eu limpei o café, eu quero que ele vá imediatamente para o armazém. (Cooperado 2)

Para Sobreiro e Bodart (2016), a incerteza no recolhimento da produção do cooperado pode acarretar a sua falta de competitividade no mercado. Apesar de a cooperativa afirmar que comercializa o café no momento adequado, este não é adequado para o produtor, pois ele corre o risco de perder sua produção na espera da coleta pela associação. Diante disso, o cooperado encontra solução nos armazéns que oferecem uma proteção maior que a estocagem particular. Sendo assim, além das distribuidoras de insumo, os armazéns de café são alternativas de negociação frente ao descontentamento com a cooperativa com relação a esse aspecto. No entanto, o cooperado aponta que a empresa realmente possui expectativas de negociar no futuro.

A gente precisa de alguém para ter concorrência na cidade, porque só tem um armazém comprando. Assim, tem vários né? Mas, tem um que está dominando a cidade toda. E eles, no caso, seria uma outra opção, né? Mas, por haver essa demora na busca do café e na prova do café, a gente não está conseguindo. É, como que chama? Comercializar com ele. Entendeu? Quem sabe, no próximo ano a gente já vai poder comercializar com eles. Porque o interesse nosso é comercializar o café nosso com a cooperativa. (Cooperado 2)

Fica claro que a preferência do cooperado é comercializar o seu café com a cooperativa. Além disso, o cooperado observa a necessidade de um concorrente para o armazém que diz dominar a cidade e avalia que a cooperativa seria uma boa opção.

Sobre as interações dos membros com a cooperativa quando questionados sobre a frequência em que vão à cooperativa pode-se observar que os cooperados costumam ir frequentemente às instalações da empresa. Para alguns a época da colheita é menos propícia para visita da cooperativa por conta do tempo, no entanto, para outros produtores, é justamente neste período que eles mais precisam ir ao estabelecimento. Já sobre a participação dos cooperados nas assembleias todos os respondentes disseram nunca ter participado.

Nunca participo não. Não, eu acho que nunca me convidaram não. Entrevista 5

Da Cooperativa X, eu nunca participei por que tenho que me deslocar para Laginha, aí nunca tinha participado. Aí, como esse ano teve a pandemia da COVID e foi on-line, aí eu participei virtualmente. (Cooperado 6)

Olha, assembleia geral ordinária que é feita lá na sede, eu não fui nenhuma vez, devido à distância, né? Deslocamento. Minha propriedade tá a 100 quilômetros da sede da cooperativa. Mas, nas pré-assembleias, que ela faz na unidade, esse ano não teve por causa do COVID, mas, nas pré-assembleias que faz, eu fui em todas. Elas são feitas nas lojas né? (Cooperado 8)

Silva, Cordeiro e Paula (2006) também se atentaram para o baixo índice de participação dos cooperados nas assembleias da cooperativa pesquisada e justificam esse fato pela falta de empenho em buscar informações sobre a cooperativa por parte do cooperado. Diferentemente do encontrado por estes autores, no presente estudo foi constatada a existência de barreiras que impedem a participação dos produtores nas assembleias realizadas pela cooperativa. Entre os problemas enfrentados os cooperados citaram a desinformação sobre a realização destas reuniões e a distância do local em que residem e a sede onde são realizadas as assembleias.

Após citar as pré-assembleias, o cooperado respondeu que acha válida esta proposta justamente porque ela oportuniza estreitar a distância encontrada entre as unidades e a diretoria geral, dando espaço de fala para os associados mais distantes exporem suas opiniões acerca da cooperativa. Quando questionados sobre a percepção da satisfação com os serviços prestados pela cooperativa os cooperados expuseram suas opiniões como pode-se observar a seguir.

Satisfação assim nas compras é muito bom, rápido, 100%. Agora, meu marido reclamou da demora do pagamento. Que a gente vendeu milho pra cooperativa e ficou com um pouquinho de demora no pagamento. (Cooperado 2)

Não é tão satisfatório não. Eu acho que a cooperativa como empresa, ela se preocupa muito com o crescimento da empresa e não com o dos cooperados. (Cooperado 5)

Na minha opinião são excelentes. É igual eu te falei, a única coisinha que está faltando é melhorar a questão do café. A prova do café aqui na cidade, o resto é 100%. (Entrevista 6)

É, no geral sim. A satisfação lá é boa. Tem algum gargalo talvez na entrega de um adubo, fertilizante, mas é por ser caminhão terceirizado, né. Mas, referente as entregas dentro da cooperativa mesmo, atendimento dentro da loja, entrega dos produtos, eu me sinto satisfeito. (Cooperado 8)

Em estudos sobre a percepção de produtores, Sobreiro e Bodart (2016) e Silva, Cordeiro e Paula (2006), constataram entre os cooperados, a satisfação com os resultados de seus negócios. No entanto, Silva, Cordeiro e Paula (2006) destacam que os indivíduos que

demonstraram certo desagrado com a cooperativa foram os colaboradores e os quesitos de insatisfação encontrados foram a valorização do trabalho e perspectivas de desenvolvimento profissional.

A percepção dos cooperados estudados se divide entre os satisfeitos e os insatisfeitos. O primeiro grupo é constituído por produtores que apesar de estarem contentes com o trabalho da organização, possuem o desejo de que alguns serviços sejam melhorados pela cooperativa. Entre eles há os que querem vender sua produção para a cooperativa, pois, encontram dificuldade neste processo. Entretanto, quando vão comprar da cooperativa o processo é diferente, rápido e fácil. Outro cooperado afirma que a criação da prova de café em sua cidade é a chave para que o mesmo se sinta plenamente satisfeito. Além da facilidade na comercialização, há aqueles que desejam mais eficiência nas entregas.

Em relação à insatisfação, Silva, Cordeiro e Paula (2006) também a observaram na cooperativa por eles estudada, porém, entre os funcionários. De acordo com Bioloskorski (2002) e a OCB (2020), a cooperativa é um dos principais meios de promoção de desenvolvimento e incentivo do capital social das comunidades que fazem parte dela. Mas, dentre os entrevistados da presente pesquisa, o cooperado 5 expõe sua decepção com os serviços da cooperativa de uma forma geral, ao relatar que não há incentivo da cooperativa e que a associação busca apenas o seu próprio crescimento e se esquece do crescimento dos cooperados, foca no individualismo corporativo em detrimento do cooperativismo.

## 5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou investigar a percepção de produtores de café sobre a experiência vivenciada como cooperados de uma cooperativa agrícola da região das Matas de Minas. As primeiras indagações de pesquisa pairaram sobre quais seriam os estímulos dos produtores de café para a adesão à uma cooperativa agrícola. Na presente investigação acrescentam-se novos resultados, além dos observados na literatura, como: a indicação de amigos dos sócios, facilidade no pagamento e existência de apenas uma cooperativa na cidade que não foram detectados na literatura abordada. Os cooperados consideram fatores econômicos e sentimentais na hora de decidirem se associar. Vale destacar a influência dos funcionários como amigos dos cooperados, observada na pesquisa. Conclui-se que é relevante para os cooperados o relacionamento com os funcionários e a cooperativa deve criar meios de retenção e valorização dos funcionários, para que os mesmos se sintam motivados a atrair novos associados e manter satisfeitos os já conquistados.

O estudo revelou além dos aspectos motivadores, um aspecto repelente de potenciais cooperados para o meio cooperativista: a experiência fracassada de negociação com cooperativas anteriores. Estes estabelecimentos mancharam de certa forma a reputação do sistema cooperativista. Nesse sentido, a cooperativa estudada, pode fazer um trabalho de reaproximação dessas pessoas, por meio da exposição de resultados, história e valores da empresa conforme sugerido por um dos sujeitos da presente pesquisa.

Comparado à descrição dos serviços propostos pela cooperativa de acordo com o portal eletrônico institucional da mesma, os produtores não mencionaram o “comércio justo” e os “armazéns gerais” no relato de suas experiências. Isto demonstra que estes serviços propostos não são de conhecimento dos cooperados abordados e que talvez o foco da cooperativa estudada esteja concentrado na prestação dos dois últimos serviços propostos. Sobre a assistência técnica observa-se que não houve consenso nas opiniões dos agricultores. Pode-se inferir que há dois extremos, quem a ame e quem a odeie. A divisora de concepções consiste na comercialização de produtos no momento da visitação. Assim, conclui-se que é necessário um treinamento dos profissionais de assessoria para a detecção da real necessidade de cada produtor nos momentos de visita. A falta de consenso entre os cooperados acerca de suas concepções sobre os serviços

prestados e as contradições de um mesmo cooperado sobre um serviço prestado em ocasiões distintas é um dos fatores relevantes encontrados em vários pontos do trabalho. Logo, observa-se a necessidade ao mesmo tempo de adaptação, e padronização dos serviços prestados para que estes sejam realizados com qualidade e conforme a necessidade de cada cooperado.

Sobre o comércio cafeeiro, observou-se que algo que tornaria este processo mais eficiente, segundo os produtores, é a criação de uma prova de café na unidade de Espera Feliz. Esta medida juntamente com uma boa logística poderia contribuir para resolver inclusive o problema da demora da busca do café no terreno do agricultor, protegendo-os do risco de perda da produção por roubos recorrentes na região em época de produção.

Em relação à constatação da satisfação dos cooperados, o estudo apontou mais uma vez, percepções distintas entre os cooperados. Em comparação com a literatura, alguns pontos que surgiram ao longo da investigação não foram encontrados em estudos anteriores. Tais como rapidez e qualidade no atendimento, comodidade da venda na propriedade, facilidade no pagamento, preço baixo, diversidade de insumos, facilidade e rapidez na resolução de problemas. Vale ressaltar que o bom atendimento surgiu nos conceitos abordados pela literatura como um dos fatores de motivação, porém, ficou oculto nas pesquisas focadas na satisfação.

Os resultados do estudo demonstraram que as insatisfações dos cooperados estão atrelados aos seguintes aspectos: a assistência técnica fraca, venda empurrada pelo técnico, demora no atendimento, lentidão na entrega, falta de competitividade de preço encontrada por ser cooperado, necessidade de inserção de produtos, demora e dificuldade na resolução de problemas, dificuldade na comercialização de café e outros produtos do cooperado, lentidão na busca do café do cooperado na propriedade. As causas do descontentamento dos cooperados não aparece na literatura, exceto pelo relacionamento ruim entre os produtores e a diretoria, salientado por Sobreiro e Bodart (2016), aspecto não mencionado pelos cooperados deste estudo que consideram o relacionamento com a gestão positivo. Nesse sentido, o presente estudo o promove avanço no conhecimento sobre a insatisfação dos cooperados.

Os resultados demonstram que o cooperativismo foi e continua sendo um meio de desenvolvimento dos produtores rurais, entretanto, ainda há desafios a serem enfrentados e lacunas na prestação de serviços a serem resolvidas pela cooperativa estudada, a fim de melhorar ainda mais a qualidade de vida dos cooperados e a prosperidade de seus negócios. Os resultados deste estudo são relevantes para as instituições cooperativistas pois apresentam a visão dos produtores frente ao fornecimento de serviços. Em posse destas informações outras cooperativas podem melhorar suas práticas e estratégias a fim de propiciar melhorias no atendimento das necessidades dos cooperados e da sociedade.

Como limitações, vale destacar que os resultados obtidos neste estudo não devem ser indistintamente generalizados, uma vez que o estudo consistiu de investigação com o propósito de desvelar significados atrelados a um contexto específico, que possui particularidades que podem contrastar com outros ambientes e população. Uma segunda limitação diz respeito à dificuldade de contato com os pesquisados durante o período de necessário distanciamento social, devido à pandemia da COVID-19, exigindo o emprego de técnicas de coleta de dados com o contato mediado por tecnologias, sem o contato direto entre entrevistador e entrevistado. Dessa forma, o menor nível de interação durante as entrevistas pode ter inibido o levantamento mais profundo e detalhado de alguns aspectos sobre as temáticas analisadas, comparado à entrevistas com o contato direto.

Como sugestões para estudos futuros vislumbra-se o emprego de medidas que diminuam as limitações detectadas. Entre os meios estão a utilização de entrevistas com interação direta e pessoal com os entrevistados, após o término da pandemia, pois assim, o andamento da pesquisa não apresentará limitações de acesso à cooperados não adeptos das tecnologias de comunicação utilizadas na pesquisa, bem como das adversidades relativas à instabilidade de sinais de rede. Pesquisas podem explorar a utilização de outros modelos de pesquisa para investigar os

fenômenos analisados neste estudo. Como por exemplo, a utilização do método quantitativo de investigação com questões norteadas a partir dos resultados deste artigo a fim de se analisar os resultados abrangendo uma amostra maior da população. Pode-se ainda replicar o desenho metodológico utilizado no presente estudo em outros contextos relacionados à percepção de cooperados para propiciar a comparação de resultados. Aos trabalhos futuros outra ideia além do aumento de entrevistados, inclui a abrangência de outras localidades pesquisadas.

## REFERÊNCIAS

BAGGIO, C. A.; KUHL, M. R. Determinants in value appropriation in smallholder farming innovations. **Cienc. Rural**, Santa Maria, v. 48, n. 3, 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20170291>>. Acesso em: 22 maio 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BIALOSKORSKI, N. S. Estratégias e cooperativas agropecuárias: um ensaio analítico. *In: Agronegócio cooperativo: reestruturação e estratégias*, BRAGA, M. J.; REIS, B. dos S. Viçosa, MG: EFV, 2002.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Produção de café deve ser a maior da história com quase 60 milhões de sacas**, 2018. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/ultimas-noticias/2512-producao-de-cafe-deve-ser-a-maior-da-historia-com-quase-60-milhoes-de-sacas>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

ESTEVAM, D. O.; SALVARO, G. I. J.; BUSARELLO C. S. Espaços de produção e comercialização da agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas do Sul Catarinense. **Interações (Campo Grande)**, Campo Grande, v. 16, n. 2, p. 289-299, Dez. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/151870122015205>> Acesso em: 18 mai. 2020.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO). **Celebrating family farmers' contribution to Zero Hunger and healthier diets**. FAO, 2019. Disponível em: <<http://www.fao.org/news/story/en/item/1195756/icode/>>. Acesso em: 10 maio 2020.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **Pesquisa da teoria fundamentada: estratégias de pesquisa qualitativa**. Nova York: Aldine de Gruyter, 1967.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas S. A. 1999.

HOLYOAKE, G. J. **Os 28 tecelões de Rochdale**. 13. ed. Porto Alegre: WS Editor, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017**. Rio de Janeiro, v. 8, p.1-105, 2019. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3096/agro2017resultadosdefinitivos.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2020.

MARSCHALL C. R. Motivações para o cooperativismo na pequena propriedade. **O&S - Salvador**, v. 16 - n. 49, p. 287-306, abr.-jun. 2009.



MORAES J. L. A.; SCHWAB P. I. O papel do cooperativismo no fortalecimento da agricultura familiar. **Estudos do CEPE**, Santa Cruz do Sul, n. 49, p. 67-79, jan. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.17058/cepe.v0i49.13679>> Acesso em: 18 mai. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS - OCB. **O que é cooperativismo**. Disponível em: <https://www.ocb.org.br/o-que-e-cooperativismo>. Acesso em: 16 abr. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Anuário de Informações Econômicas e Sociais do Cooperativismo Mineiro 2019**. Disponível em: <<http://www.minasgerais.coop.br/pagina/146/anuario-de-informacoes-economicas-e-sociais.aspx>>. Acesso em: 23 jun. 2020.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Alimentação e a agricultura. **Celebrando a contribuição dos agricultores familiares para o Fome Zero e dietas mais saudáveis**. Disponível em: <<http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1195906/>> Acesso em: 24 jun. 2020.

RIBEIRO K. A. Cooperative Governance in Agricultural Cooperatives: the case of Civab in the Municipality of Canudos (BA). **Revista Baru - Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos**, Goiânia, v. 3, n. 2, p. 284-304, dez. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.18224/baru.v3i2.5941>> Acesso em: 02 mai. 2020.

SANTANA, E. N. Motivação e cooperativismo: a busca por uma aproximação conceitual. **Centro de artes, humanidades e letras graduação em gestão pública**. Bahia, 2016. Disponível em: <[https://www.ufrb.edu.br/gestaopublica/images/phocadownload/20151\\_TCC\\_concluido/SANTANA\\_motivao\\_e\\_cooperativismo.pdf](https://www.ufrb.edu.br/gestaopublica/images/phocadownload/20151_TCC_concluido/SANTANA_motivao_e_cooperativismo.pdf)>. Acesso em: 03 fev 2020.

SILVA A. F.; ESTEVAM S. M.; SILVA C. N. Agricultura familiar e o crédito rural PRONAF (grupo B) na área de abrangência do banco do nordeste – agência de Pau dos Ferros/RN. **Revista Caminhos de Geografia**. Uberlândia-MG, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.14393/RCG217341694>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

SILVA, C. M.; CORDEIRO F. H.; PAULA M. C. DE. Eficiência dos princípios cooperativistas na Coapil para promover o desenvolvimento sócio-econômico dos cooperados e colaboradores. **Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (SOBER)**. Fortaleza, 2006. Disponível em: <10.22004/ag.econ.147840> Acesso em: 17 fev 2021.

SCHNEIDER, J.; LAUSCHNER, R. Evolução e situação atual do cooperativismo brasileiro. *In: O cooperativismo no Brasil: enfoques, análises e contribuição*. Rio Grande do Sul: Friedrich Neumann e Associação de Orientação às Cooperativas, 1979.

SOBREIRO, W. P.; BODART C. N. Cooperativismo Agropecuário: a percepção de cooperados em relação aos seus negócios. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**. Campos dos Goytacazes, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.25242/88766152016970>>. Acesso em: 17 fev. 2021.

TRIVIÑOS, A. N. S., **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.