

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
COLÉGIO POLITÉCNICO DA UFSM
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE
COOPERATIVAS**

**A FIDELIDADE DOS COOPERADOS DA
COOPERCEDRO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Dionatan da Trindade da Silva

**Santa Maria, RS, Brasil.
2014.**

A FIDELIDADE DOS COOPERADOS DA COOPERCEDRO

Dionatan da Trindade da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de
Tecnologia em Gestão de Cooperativas do Colégio Politécnico da
UFSM, como requisito parcial para obtenção do grau de
Tecnólogo em Gestão de Cooperativas

Orientadora: Prof.^a Dr.^a. Márcia Lenir Gerhardt

**Santa Maria, RS, Brasil
2014**

**Universidade Federal de Santa Maria
Colégio Politécnico da UFSM
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Cooperativas**

A Comissão Organizadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

A FIDELIDADE DOS COOPERADOS DA COOPERCEDRO

Elaborado por
Dionatan da Trindade da Silva

como requisito parcial para obtenção do grau de
Tecnólogo em Gestão de Cooperativas

COMISSÃO ORGANIZADORA:

Márcia Lenir Gerhardt, Prof.^aDr.^a.
(Presidente/Orientadora)

Gilmar Jorge Wakulicz, Dr. (UFSM)

Jaime Peixoto Stecca, Me. (UFSM)

Santa Maria, 30 de junho de 2014

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Colégio Politécnico da UFSM
Universidade Federal de Santa Maria

A FIDELIDADE DOS COOPERADOS DA COOPERCEDRO

AUTOR: DIONATAN DA TRINDADE DA SILVA
ORIENTADOR: PROF^a. DR^a. MÁRCIA LENIR GERHARDT.

Santa Maria, 30 de Junho de 2014.

Este trabalho apresenta um estudo que foi desenvolvido no Colégio Politécnico da UFSM, no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Cooperativas. Objetivou-se investigar a fidelização dos cooperados com a Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural dos Agricultores Familiares de Santa Maria (COOPERCEDRO). Os principais autores que ampararam o estudo foram Chaddad (2007), Melesko (2012) e Oliveira (2007). Metodologicamente tratou-se de uma pesquisa descritiva, de cunho quanti-qualitativo, utilizando-se de observação e um formulário composto por questões fechadas direcionado aos associados da cooperativa. Os dados foram coletados no primeiro semestre do ano de 2014. Concluiu-se que a fidelidade na COOPERCEDRO ocorre de maneira insatisfatória, e como principal motivo é a falta de conhecimento acerca dos princípios cooperativistas e de educação cooperativa. Grande parte dos cooperados vê a cooperativa como um local que recebe a sua produção, no entanto entrega a ela somente quando vê alguma vantagem individual, deixando de atender as necessidades da cooperativa.

Palavras-chave: Cooperativa. Cooperado. Fidelidade.

ABSTRACT

Completion of course work
Polytechnic College UFSM
Federal University of Santa Maria

FIDELITY OF THE COOPERCEDRO COOPERATIVE

AUTHOR: DIONATAN DA TRINDADE DA SILVA
SUPERVISOR: PROF^a. DR^a. MÁRCIA LENIR GERHARDT.

Santa Maria, June 30, 2014.

This paper presents a study that was developed at the Polytechnic College UFSM in the Course of Technology in Management of Cooperatives. This study aimed to investigate the loyalty of the cooperative with the Cooperative Production and Rural Development of Family Farmers Santa Maria (COOPERCEDRO). The main authors that bolstered the study were Chaddad (2007), Melesko (2012) and Oliveira (2007). Methodologically treated in a quantitative and qualitative descriptive study of nature, using observation and a form composed of closed questions directed to members of the cooperative. Data were collected in the first half of 2014. Was concluded that fidelity in COOPERCEDRO occurs unsatisfactorily, and the main reason is the lack of knowledge of cooperative principles and cooperative education. Much of the cooperative see the cooperative as a location that receives its output, however hands her only when she sees some individual advantage, failing to meet the needs of the cooperative.

Keywords: Cooperative. Cooperated. Fidelity.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Atividade principal	15
Tabela 2 – Faixa etária	15
Tabela 3 – Existência da cooperativa	17
Tabela 4 – Tempo na cooperativa.....	17
Tabela 5 – Diferença de uma empresa mercantil para a cooperativa	18
Tabela 6 – Comercialização fora da cooperativa.....	19
Tabela 7 – Frequência de comercialização fora da cooperativa.....	20
Tabela 8 – Motivo que negocia fora.....	20
Tabela 9 – Opinião perante o mercado	22
Tabela 10 – Opinião em relação aos dirigentes.....	22
Tabela 11 – Motivo que é sócio.....	23
Tabela 12 – Frequência que vai a cooperativa	24
Tabela 13 – Participação em assembleias.....	24
Tabela 14 – Participação na diretoria	25
Tabela 15 – Utilização da assessoria da cooperativa	25

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A – Instrumento de coleta de dados – A fidelização dos cooperados da COOPERCEDRO.....	31
---	-----------

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	9
3 MATERIAIS E MÉTODOS.....	12
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	13
4.1 Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural dos Agricultores Familiares de Santa Maria: palco da investigação	13
4.2 Análise e Discussão	14
4.2.1 Atividade principal e faixa etária	14
4.2.2 Conhecimento dos cooperados sobre a cooperativa e cooperativismo	16
4.2.3 Comercialização dos produtos.....	19
4.2.4 Opinião perante a cooperativa e dirigentes	21
4.2.5 Participação na cooperativa	22
4.3 Reflexões a partir das categorias da investigação.....	26
CONCLUSÃO.....	27
REFERÊNCIAS.....	28

1 INTRODUÇÃO

O cooperativismo é a união de pessoas em torno de objetivos comuns, na busca do fortalecimento para que haja a superação de dificuldades. As cooperativas podem ser consideradas empresas de serviço, em que o principal objetivo é satisfazer os cooperados em suas necessidades sociais e econômicas. Segundo Galerani (2003, p. 3):

O cooperativismo, no sentido de doutrina econômica, é praticado por meio de um empreendimento econômico, mediante a constituição de uma sociedade por membros cooperantes. A empresa cooperativa tem seus princípios, normas e estrutura organizacional fundamentados na doutrina do cooperativismo, com origem nos princípios da Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale. Possui características e essência filosófica fundamentadas no sentimento da cooperação e é constituída com o objetivo de agregar valor à produção econômica dos seus associados.

Segundo Oliveira (2006) não se pode analisar a evolução da administração sem relacioná-la com a evolução das cooperativas, pois estas são clientes e fornecedoras das tendências da administração. Pela própria dificuldade de enfrentar o crescente nível de competitividade entre empresas, as pessoas procuram agrupar-se, já que assim suas atividades podem ser melhor desenvolvidas e operacionalizadas, na busca de resultados comuns e compartilhados.

As cooperativas vêm ganhando espaço para encarar o mundo capitalista competitivo, como solução aos pequenos produtores. Segundo dados da Organização das Cooperativas Brasileira (2013), o ano de 2012 encerrou com 10,4 milhões de associados distribuídos em 6.587 cooperativas, gerando ainda 304 mil empregos. No mesmo período, de acordo com dados da OCERGS¹ (2013)-SESCOOP/RS², o Rio Grande do Sul contava com 512 cooperativas, mais de 2 milhões de associados e aproximadamente 52 mil empregados.

O surgimento de uma cooperativa como possível mecanismo de absorção das necessidades de pequenos produtores, pode não ter o resultado esperado, pois sua convivência com o Sistema Capitalista pode não ser uma tarefa fácil. Ao fazer parte

¹ Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul

² Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Estado do Rio Grande do Sul

de uma cooperativa, o associado deixa de ser um receptor e cumpridor de ordens, passando a ser uma fonte de sugestões para as estratégias da cooperativa.

Para Oliveira (2007), o futuro de uma cooperativa depende de uma participação efetiva, e de forma satisfatória, dos cooperados, na vida da cooperativa em que estão associados, conscientes de que seus interesses estão sendo atendidos, de forma coletiva e não de forma individualizada.

A falta de comprometimento de cooperados é fruto também da sua falta de fidelização. Por sua vez, Pinheiro (2006) destaca que pessoas que se incorporam à cooperativa por simples interesses individuais, jamais serão cooperativistas autênticos, serão aproveitadores sem maiores compromissos de natureza ética e social. Diante disso, preocupou-se em entender como vem ocorrendo a fidelidade na COOPERCEDRO (Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural dos Agricultores Familiares de Santa Maria/RS).

Tal temática, a fidelização dos cooperados, merece atenção, visto a sociedade que vivemos e na qual estão inseridas as cooperativas. Para visualizar como ocorre na COOPERCEDRO, objetivou-se investigar a fidelidade dos cooperados junto à cooperativa, isto observado e diagnosticado por meio de formulário aplicado aos sujeitos³.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O sistema cooperativo tem como objetivo principal melhorar a situação social e econômica dos cooperados. Buscam-se melhores condições de alcançar os objetivos comuns entre os cooperados, com a realização de ações conjuntas, viabilizando novas oportunidades para a comercialização dos produtos oriundos da propriedade produtiva de cada cooperado.

O ramo cooperativo agropecuário tem como finalidade concentrar cooperativas de produtores rurais, cujos meios de produção são do próprio cooperado.

³ 14 cooperados da COOPERCEDRO

Uma cooperativa do ramo agropecuário caracteriza-se, normalmente pelo recebimento ou comercialização de produtos oriundos da produção de seus cooperados, bem como armazenamento de produtos.

Além de benefícios econômicos, as cooperativas favorecem condições para que os cooperados desenvolvam a solidariedade, uma vez que a convivência com os demais os leva a buscar a ajuda mútua, que é uma dos princípios do cooperativismo. Apoiarem-se uns aos outros, estimula o relacionamento da busca dos mesmos propósitos, fazendo com que os cooperados não atuem de modo individualista.

O futuro das cooperativas depende diretamente da atuação de seus cooperados, de modo efetivo e satisfatório, de modo a atender os interesses coletivos e não só os individuais. Os benefícios aparecem através do esforço de colaboração entre os associados, mantendo o esforço de cooperação entre si. (OLIVEIRA, 2007).

Segundo Chaddad (2007), é muito importante controlar ações oportunistas de cooperados, pois muitos cooperados aproveitam-se de benefícios gerados pela organização, participando das cooperativas somente quando estas oferecem condições de comercialização melhores em relação ao restante do mercado.

No período em que há maior oferta dos produtos, quando geralmente o valor de comercialização é mais baixo, o produtor entrega toda a produção à cooperativa. No entanto, quanto à oferta fica menor que a demanda, os cooperados são atraídos por preços melhores que os oferecidos pela cooperativa, deixando de entregar parte de sua produção para a cooperativa.

Chaddad (2007, p.77) diz ainda que muitos cooperados que aproveitam dos benefícios e facilidades gerados pela cooperativa, mas não assumem suas obrigações, participando da cooperativa somente quando elas oferecem melhores condições de negócios que o mercado. Segundo o autor, “para que haja maior fidelidade, é necessário exercer um controle sobre estas ações oportunistas dos chamados caronas”.

Segundo Giarola (2011, p.5):

O sistema agropecuário brasileiro mantém, por característica própria, a não obrigatoriedade de transações entre cooperado e cooperativa, o que é interessante sob o ponto de vista dos custos de oportunidade do agente econômico (cooperado) no mercado, mas pode ser custoso para a cooperativa, uma vez que, o mesmo sistema pode permitir também

oportunismos contratuais e desvios de produção, que prejudicam a eficiência econômica da empresa cooperativa.

Para alguns cooperados, primeiramente busca-se sanar objetivos pessoais, apesar de organizações cooperativas subentender objetivos coletivos. Um cooperado fiel com a organização negocia com a mesma em quaisquer condições de mercado, pois a cooperativa busca sempre sanar as necessidades dos cooperados. Se em algum momento as condições da cooperativa são inferiores às do mercado, isso se deve ao fato de que, quando a situação for oposta, isto foi possível graças ao modo que a cooperativa agiu anteriormente.

Bialoskorski Neto (2002) diz que para uma cooperativa, o relacionamento com os cooperados deve ser mais estreito com base na reciprocidade, e buscar a participação efetiva de todos, considerando os diferentes níveis sociais, econômicos e culturais de seus cooperados. Diz ainda que, entende-se por fidelização o cumprimento, pelos cooperados, de seus compromissos com a cooperativa, lealdade na realização de negócios. A reciprocidade significa conviver em mutualidade, ser participativo, bem como haver a participação em grupo dentro da cooperativa, corresponder e ser correspondido.

Alguns cooperados buscam apenas vantagens para si, não contabilizando a totalidade organizacional em que estão inseridos. Como o cooperado também é dono da cooperativa, o modo errado que o mesmo se comporta faz com que prejudique o seu próprio negócio, podendo perder os benefícios e facilidades por ela oferecidos. Uma cooperativa não consegue sobreviver somente servindo os cooperados sem que haja a mútua participação. Comprometendo-se, o cooperado estará colaborando para o sucesso da organização e manutenção de seus benefícios.

Oliveira (2007) diz que o cooperado deve saber da forma como é e como funciona uma cooperativa, preferencialmente antes do seu ingresso. Este deve estar munido de características e informações que lhe permitirá tomar a decisão de associar-se ou não a uma cooperativa.

Ainda no entendimento de Oliveira (2007), a fidelidade dos cooperados se dá quando o mesmo evita o desvio de sua produção para empresas concorrentes, participa de reuniões e assembleias dando seu voto e respeitando as opiniões dos demais, compreendendo a importância do seu comprometimento para que a cooperativa funcione, de forma equilibrada, na busca dos benefícios comuns.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

De acordo com a abordagem do problema, o presente estudo classificou-se em uma pesquisa quanti-qualitativa, pois conforme Coutinho; Chaves (2002, p. 225):

Se é verdade que na investigação educativa em geral abundam sobre tudo os estudos de caso de natureza interpretativa/qualitativa, não menos verdade é admitir que, estudos de caso existem em que se combinam com toda a legitimidade métodos quantitativos e qualitativos.

Segundo Minayo (1994), ao tratar-se de quantitativo-qualitativo, a diferença entre as duas modalidades é apenas de natureza. O método qualitativo e o método quantitativo são complementares e servem ao pesquisador para explorar e investigar os dados.

De acordo com sua natureza, a pesquisa foi básica, já que se caracterizou em desenvolver conhecimentos e colaborar para pesquisas envolvendo a fidelidade de cooperados em organizações cooperativas.

Em relação aos seus objetivos, investigar a fidelidade dos cooperados e analisar sua importância no âmbito da cooperativa, a pesquisa ocorreu de maneira descritiva, pois para Silva e Menezes (2001), descreve os aspectos da população estudada. Nesse estudo foi descrito como ocorre a fidelidade dos associados da COOPERCEDRO.

As informações obtidas para análise foram levantadas no decorrer do primeiro semestre do ano de 2014, por meio de formulário contendo quinze questões (Apêndice A), de observação ao espaço investigado e aos sujeitos envolvidos na investigação.

Os sujeitos envolvidos na investigação foram catorze, todos cooperados da COOPERCEDRO. Foi-se realizada três visitas a cooperativa em dias disponibilizados pela direção da mesma, no prazo de duas semanas, sendo que no primeiro dia foram colhidas informações de todos os cooperados que foram à cooperativa que totalizaram dez sujeitos, no segundo dois sujeitos distintos dos anteriores e na última visita mais dois.

Com base nas ideias de Chaddad (2007), no campo empírico elegeram-se categorias, delimitadas em: participação no meio cooperativo, comercialização de produtos e confiança no sistema.

As análises foram realizadas a partir do tratamento dos dados, esses obtidos através das respostas escolhidas pelos sujeitos, mensurando suas diferenças através da média de frequência de cada resposta em percentual, classificando a pesquisa em quantitativa.

As análises qualitativas foram realizadas de maneira subjetiva por meio dos instrumentos já citados anteriormente e relacionados com os objetivos propostos na investigação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os dados foram tratados de forma qualitativa e quantitativa. Para isso fez-se inicialmente um agrupamento dos dados levantados nas observações e nos formulários utilizados como ferramentas para a coleta de dados.

Utilizou-se um quadro para organizar as informações obtidas através dos dados. Esses foram elencados de acordo com as categorias levantadas durante o fazer investigativo, isto é a participação no meio cooperativo, a comercialização de produtos e a confiança no sistema.

4.1 Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural dos Agricultores Familiares de Santa Maria: palco da investigação

Fundada em 2006 a COOPERCEDRO (s. d.), hoje contando com cerca de 110 associados, surgiu da necessidade de ser o instrumento de organização formal de representação dos agricultores familiares de Santa Maria, com o objetivo principal de acesso as políticas públicas criadas pelo governo federal, com o foco no Programa de Aquisição de Alimentos e Território da Cidadania, bem como acessar mercados locais.

Foi criada também como objetivo de representar os agricultores nos espaços de debate da cidade, como conselhos, território da cidadania, instituições de ensino, governos nas três esferas: municipal, estadual e federal.

4.2 Análise e Discussão

O trabalho de composição e interpretação do formulário aplicado na COOPERCEDRO foi organizado de um modo que possa permitir a busca de informações que segue a seguinte ordem:

- As questões 1 e 2 representam os dados pessoais dos sujeitos da pesquisa.
- As questões 3, 4 e 5 buscam coletar informações quanto ao conhecimento dos cooperados perante a cooperativa e o cooperativismo em geral.
- As questões 6, 7 e 8 buscam revelar acerca da comercialização dos produtos produzidos pelos cooperados. Dados que permitiram analisar se os cooperados comercializam seus produtos fora da cooperativa e, se ocorre, com qual frequência bem como principal motivo desta ocorrência.
- As questões 9 e 10 buscam descrever a opinião do cooperado perante a cooperativa e integrantes da direção da mesma.
- As Questões 11, 12, 13, 14 e 15 buscam verificar o grau de participação dos cooperados perante a cooperativa.

As tabulações encontram-se nas tabelas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 15 a seguir.

4.2.1 Atividade principal e faixa etária

Como se observa em relação à atividade principal (tabela 1), todos os participantes da pesquisa são pequenos produtores rurais. Atuam diretamente no segmento da cooperativa, já que a cooperativa está inserida no ramo da agricultura.

Segundo relato dos sujeitos, alguns ainda produzem produtos oriundos da agroindústria, porém a produção rural prevalece.

Tabela 1 – Atividade principal

Questão 1 – Atividade Principal	
a) Comerciante	0%
b) Industrial	0%
c) Prestador de serviços	0%
d) Produtor rural	100%
e) Aposentado	0%
f) Outra	-
Total	100%

Questionou-se a faixa etária dos cooperados, sujeitos da presente investigação, visando subsídios para entender como os cooperados vêm trabalhando o processo da sucessão e/ou educação das crianças e dos mais jovens, que, se, assim optarem, seguir a profissão dos pais, estariam com uma visão de cooperativismo mais desenvolvido e entendendo a importância de ser um cooperado fiel à cooperativa e ao cooperativismo. Essa informação torna-se importante diante de uma sociedade capitalista que luta por diminuir as desigualdades.

A maioria dos cooperados possui mais de 40 anos, com 57,15% (tabela 2), e em seguida na faixa de 26 a 30 anos com 35,71%.

Tabela 2 – Faixa etária

Questão 2 – Sua faixa etária:	
a) 18 a 25 anos	7,14%
b) 26 a 30 anos	0%
c) 31 a 40 anos	35,71%
d) Acima de 40 anos	57,15%
Total	100%

O percentual das alternativas a e b remete-nos que não ocorre a sucessão familiar aos filhos nas propriedades. A falta de sucessão pode estar atrelada a vários fatores, como o desejo do próprio patriarca em formar o filho na universidade para

que não sofra no sistema rural, incentivando-o a estudar e não participar da produção rural.

Neste contexto, o produtor rural pode ainda incentivar a formação do filho na área de atuação da propriedade, mantendo assim o filho na produção, com melhores oportunidades para o desenvolvimento da mesma.

Pode ocorrer ainda a desconfiança por parte do patriarca no herdeiro, ao passo deste acreditar estar mais apto que seus sucessores para o desempenho de determinadas funções dentro da propriedade.

De acordo com Ferreira (et al., 2013) em se tratando de sucessão na agricultura familiar o problema é ainda maior do que em outro tipo de negócio, visto a complexidade e exigência de muito trabalho e dedicada mão de obra quase que em tempo integral.

A sucessão familiar pode ser conduzida ao sucesso ou ao fracasso, dependendo apenas da forma que a sucessão ocorrerá. Esta deveria ser estrategicamente planejada paralelamente ao dia a dia do negócio familiar, e tratada, também nas cooperativas.

A gestão democrática, prevista em cooperativas, deveria ocorrer também em propriedades rural familiares. Por isso a importância de educação e formação cooperativa é muito importante nas propriedades, principalmente aos jovens, para que estes não deixem de lado o negócio familiar.

4.2.2 Conhecimento dos cooperados sobre a cooperativa e cooperativismo

A COOPERCEDRO é uma cooperativa com 8 anos de existência. Observa-se (tabela 3) que grande parte dos cooperados, sabe relativamente o tempo de fundação da cooperativa, porém, há também, quem não sabe ou tem dúvida, demonstrando assim a falta de conhecimento da organização na qual está inserido.

Tabela 3 – Existência da cooperativa

Questão 3 – Você sabe há quanto tempo existe a cooperativa?	
a) 01 a 03 anos	0%
b) 04 a 07 anos	21,43%
c) 08 a 12 anos	71,43%
d) Acima de 12 anos	0%
e) Não sabe	7,14%
Total	100%

Os aspectos do conhecimento em relação à sociedade que o sujeito está inserido são de suma importância para que a cooperativa alcance os objetivos. Para Oliveira (2007), a informação sobre a cooperativa é um aspecto a ser considerado pelos administradores visto que visa aproximar o cooperado da vida da cooperativa.

A falta de conhecimento do cooperado em relação à cooperativa pode ser devido a falta destas informações que podem ser aumentadas com oferecimento espontâneo de seu estatuto por exemplo, no ato da associação do cooperado, para que o cooperado tenha noção da existência e funcionamento da cooperativa.

Quanto ao tempo de participação como sócio na COOPERCEDRO, observa-se (tabela 4), que a metade dos entrevistados faz parte da cooperativa praticamente desde sua fundação.

Tabela 4 – Tempo na cooperativa

Questão 4 – Há quanto tempo é associado à cooperativa?	
a) Menos de 01 ano	7,14%
b) 01 a 03 anos	14,29%
c) 04 a 06 anos	28,57%
d) Mais de 06 anos	50%
Total	100%

Esse dado demonstra que, com cooperados presentes desde sua fundação, a fidelidade é/ou seria presente, visto que não se afastou durante o tempo de vida da cooperativa.

Segundo Melesko (2012), a fidelidade dos cooperados faz com que a rotina da cooperativa no decorrer de seus processos seja facilitada, uma vez que sabendo com mais exatidão as quantidades de produtos a ser entregue pelos associados,

saberá que tipos de atitudes se tomar, como formalização de contratos com clientes, organizar necessidade de mão de obra e logística na entrega e recebimento de produtos.

Em relação à diferença entre uma empresa mercantil e uma cooperativa, (tabela 5), de algum modo ou outro, quase a totalidade dos cooperados entrevistados sabe diferenciar, pelo menos de uma maneira mais resumida.

Tabela 5 – Diferença de uma empresa mercantil para a cooperativa

Questão 5 – Você sabe diferenciar uma empresa mercantil de uma cooperativa?

a) Sim, pela união.	50%
b) Sim, pois todos são donos	21,43%
c) Sim, é a busca do objetivo comum	14,29%
d) Não sabe diferenciar	14,29%
Total	100%

Há ainda participantes que não sabem diferenciar uma cooperativa, mesmo fazendo parte de uma, demonstrando desconhecimento dos princípios e filosofia do cooperativismo.

Para Safanelli (et al. 2011, p.8):

O sujeito da educação é o ser humano, sejam crianças, jovens, adultos ou idosos, porque a educação tem um início e jamais termina, salvo com a morte da pessoa. Ela é um processo que esta presente durante toda a existência do ser humano, ou seja, toda a sua vida.

Este tipo de entendimento deveria ser construído na vida escolar, no decorrer da vida, mas não sendo possível, uma pessoa não poderia estar situada em uma organização com características únicas, como uma cooperativa, sem saber ao menos suas principais características de diferenciação de uma empresa capitalista.

Segundo Rodrigues (2014, p.12) a implantação da cultura cooperativa na sociedade que estamos inseridos não é algo que se resolve da noite para o dia, pois, é um processo longo e difícil para a sociedade capitalista que fizemos parte. Diz ainda que “as cooperativas do mundo inteiro têm um problema comum: a educação”.

Para Pivetta (2013, p.22):

Se fosse ensinado nas escolas, desde pequenos, as pessoas poderiam ter um maior conhecimento sobre o que é o cooperativismo e sua forma de funcionamento, assim as cooperativas poderiam ter, talvez, um número maior de associados comprometidos com ela.

Ressalta-se, mais uma vez a importância da educação cooperativa desde a infância, para que a mesma esteja presente nos diferentes processos educativos que o ser humano é submetido até sua idade adulta.

4.2.3 Comercialização dos produtos

Com as questões 6, 7 e 8, buscou-se satisfazer a dúvida em relação à comercialização da produção do cooperado.

A negociação fora da cooperativa (tabela 6) ocorre com quase todos os participantes da pesquisa. Negociar fora da cooperativa, é o principal fato que indica infidelidade dos cooperados, perante cooperativas do mesmo ramo da COOPERCEDRO.

Tabela 6 – Comercialização fora da cooperativa

Questão 6 – Você negocia com outra empresa, fora da cooperativa?	
a) Sim	78,57%
b) Não	21,43%
Total	100%

Oliveira (2007) diz que o comprometimento comercial do cooperado com a cooperativa é o principal fator de geração de infidelidade dos cooperados. A falta de fidelidade compromete a solidez do sistema cooperativo, além de fugir do princípio que a cooperativa prega o fortalecimento dos cooperados através da união de esforços.

A não entrega da produção do cooperado para a cooperativa, desfavorece o cooperado, pois a cooperativa funciona em conjunto, com a união dos cooperados. No momento em que o cooperado não entrega sua produção, ele está prejudicando a si mesmo, visto que é dono do próprio negócio.

Segundo Chaddad (2007) a não entrega de produção se dá pelo fato do mercado estar cada vez mais competitivo. Com o surgimento das cooperativas, as pessoas a procuravam por não ter outras escolhas, não ter onde entregar seu produto. No entanto, atualmente as pessoas tentam arrecadar as melhores ofertas possíveis disponíveis no mercado, mesmo que seja fora da sua cooperativa.

De acordo com os participantes (tabela 7), a frequência de negociação fora da cooperativa é de relativamente duas vezes ao mês. Para uma organização como a COOPERCEDRO, onde há produção para colheita todos os dias, não chega a ser uma frequência muito expressiva.

Tabela 7 – Frequência de comercialização fora da cooperativa

Questão 7 – Com que frequência você negocia fora da cooperativa?

a) Nunca	21,43%
b) Uma vez ao mês	7,14%
c) Duas vezes ao mês	42,86%
d) Três vezes ao mês	28,57%
e) Semanalmente	0%
Total	100%

Apesar da alta negociação fora da cooperativa, o principal motivo apontado (tabela 8) é o de excesso de produção. O que quer dizer que, segundo o cooperado, a cooperativa não absorve toda a sua produção. No entanto subentende-se que o cooperado já produz a mais para eventual negociação fora da cooperativa, seja com algum compromisso com terceiro ou não.

Tabela 8 – Motivo que negocia fora

Questão 8 – Por qual motivo você negocia fora da cooperativa?

a) Preço	7,14%
b) Localização (facilidade na entrega)	0%
c) Excesso de produção	71,43%
d) Não negocia fora	21,43%
Total	100%

O fato de o cooperado dizer que comercializa fora da cooperativa somente o excesso, nos diz que a produção destinada à cooperativa, que a mesma tem necessidade de receber para sanar a necessidade de clientes, é recebida, mesmo com a comercialização fora do ambiente cooperativo.

Porém, é possível que ocorra ainda, na busca pelo melhor preço, que o cooperado ao vender o excesso de produção por um preço melhor que o da cooperativa, acabe entregando a parte da produção destinada à cooperativa.

Para Oliveira (2007) há necessidade das cooperativas desenvolverem ações para alertar os cooperados da necessidade de sua atuação de modo comprometido com o sistema que está inserido.

O oportunismo está atrelado ao desvio de produção. No setor agrícola as variações de preços ocorrem com muita frequência, pela alta ou baixa produção, por serem produtos que reagem com muita facilidade a intempéries climáticas que ocasionam na produção refletindo diretamente nos preços.

Ressaltando a importância da educação remete-se, novamente a Pivetta (2013), para que uma cooperativa tenha um bom nível de fidelidade os cooperados precisariam crescer em consciência cooperativa, com ensinamentos nas escolas. O reforço da educação com a inserção da educação cooperativa se faz necessário desde a educação infantil, pois conforme a idade dos participantes (tabela 2), não ocorre a educação cooperativa desde sua infância.

A instabilidade por parte do cooperado, na hora da comercialização dos produtos provoca o enfraquecimento da cooperativa, e acaba fugindo dos princípios cooperativos que visam o fortalecimento da cooperativa como união dos cooperados.

4.2.4 Opinião perante a cooperativa e dirigentes

Com a questão 9 (tabela 9), foi possível verificar que na opinião dos cooperados a cooperativa tem uma boa colocação no mercado entre excelente e bom. A boa opinião dos cooperados em relação à cooperativa nos expõe a um clima agradável que deve perdurar na organização, clima este favorável para que se

desenvolvam ações a fim de se conquistar uma maior fidelidade dos cooperados com a cooperativa.

Tabela 9 – Opinião perante o mercado

Questão 9 – Qual sua opinião sobre a cooperativa perante o mercado?	
a) Excelente	35,71%
b) Muito Bom	28,58%
c) Bom	35,71%
d) Ruim	0%
e) Péssimo	0%
Total	100%

Percebe-se que os cooperados demonstram satisfação com os dirigentes (tabela 10), constatando-se ainda confiança na diretoria, dando maior impulso a ações que possa aumentar a fidelidade dos cooperados para com a cooperativa.

Como afirma Oliveira (2007) à aprovação de uma cooperativa perante o mercado e a aceitação positiva de seus dirigentes denota a satisfação dos cooperados, revelando uma condição para que se execute atividade a fim de aumentar a fidelidade dos cooperados com a cooperativa.

Tabela 10 – Opinião em relação aos dirigentes

Questão 10 – Qual sua opinião em relação aos dirigentes da cooperativa?	
a) Excelente	28,58%
b) Muito Bom	35,71%
c) Bom	35,71%
d) Ruim	0%
e) Péssimo	0%
Total	100%

4.2.5 Participação na cooperativa

Segundo o resultado da questão 11 (tabela 11), no geral os cooperados pensam na cooperativa como um local, uma empresa onde vender seus produtos. Denota que o interesse em utilizar a cooperativa tem cunho individualista,

demonstrado anteriormente onde foi demonstrado que opera com empresas fora da cooperativa.

Tabela 11 – Motivo pelo qual associou-se à cooperativa

Questão 11 – Por qual motivo é sócio da cooperativa?	
a) O fato de saber que sou sócio	28,58%
b) Ter onde entregar minha produção	64,29%
c) Confiança da diretoria	7,14%
Total	100%

Nos questionamentos anteriores, verificou-se que a cooperativa é bem conceituada com os sócios, que os dirigentes remetem confiança. No entanto, mais uma vez é demonstrado, em razão das respostas da questão 11, um número considerado de cooperados que pensa na cooperativa como um local de entrega de produção.

A necessidade de sobrevivência dos cooperados em uma sociedade capitalista faz com que o oportunismo e o individualismo tomem lugar na cooperativa. O fato de saber que é sócio deve remeter ao cooperado que a sociedade é uma união de pessoas, no entanto motivar sua participação apenas pensando em um local de entrega remete o oportunismo.

Para Simioni (et al., 2009), a falta de investimento por parte das cooperativas em desenvolvimento intelectual com os seus cooperados, desqualifica a necessidade do compromisso de entrega de toda a produção, surgindo problemas relacionados a posturas oportunistas, demonstrando deslealdade dos cooperados.

Quanto à participação dos cooperados, evidenciada pelas questões 12 e 13 (tabelas 12 e 13), foi revelado uma razoável participação na cooperativa, uma vez que todos os sujeitos da amostragem disseram ir a cooperativa no mínimo 3 vezes ao mês, ficando este ciente e a par dos mais importantes acontecimentos vinculados a ele e a cooperativa.

Tabela 12 – Frequência que vai a cooperativa

Questão 12 – Com que frequência vai à cooperativa por mês?	
a) Uma vez	0%
b) Duas vezes	0%
c) Três vezes	7,14%
d) Quatro vezes	57,15%
e) Mais de quatro vezes	35,71%
Total	100%

Tabela 13 – Participação em assembleias

Questão 13 – Quantas assembleias você já participou?	
a) Uma	14,29%
b) Duas	7,14%
c) Três	14,29%
d) Quatro	7,14%
e) Acima de quatro	50%
f) Nenhuma	7,14%
Total	100%

Quase que na totalidade dos participantes demonstraram já ter participado de assembleias da cooperativa, principal atividade anual da cooperativa. A participação em assembleias é fundamental, é onde confere-se a legitimidade da cooperativa, onde ocorre decisões que desencadeiam o futuro da organização.

Simioni (et al., 2009) afirma que o cooperado fiel é aquele que comercializa toda sua produção com a cooperativa, participa de assembleias e ações promovidas pela cooperativa, confia e defende a cooperativa, apoiando a mesma no funcionamento e cumpre seus deveres e reivindica seus direitos como cooperado.

A questão de participação e representatividade na cooperativa por parte dos cooperados é fundamental para o bom andamento da organização, seja pela essência mutualista, e seja porque os cooperados representam o elemento principal da existência da cooperativa.

Os dados coletados (tabela 14) demonstram que cerca de 50% dos participantes demonstra interesse em participar mais ativamente do andamento da cooperativa, fazendo parte da diretoria da mesma.

Tabela 14 – Participação na diretoria

Questão 14 – Você teria interesse em participar da diretoria da cooperativa?	
a) Sim	57,14%
b) Não	42,86%
Total	100%

Um maior incentivo à participação do cooperado na direção, ou até mesmo em comissões criadas para buscar possíveis soluções e caminhos a seguir com a cooperativa faria com que maior parte dos cooperados tivesse no dia a dia da cooperativa, percebendo o quão é importante sua efetiva participação e fidelidade, para o sucesso da organização como um todo. Para tanto, é necessário o cooperado entender o funcionamento da cooperativa para participar efetivamente da direção.

A utilização do benefício da assessoria técnica é utilizada por grande parte dos participantes da pesquisa (tabela 15). A assessoria visa ampliar a produção do cooperado com redução de custos e despesas, diminuindo perdas e gastos desnecessários no plantio.

Tabela 15 – Utilização da assessoria da cooperativa

Questão 15 – Você utiliza a assessoria técnica da cooperativa?	
a) Sim	71,43%
b) Não	28,57%
Total	100%

No entanto, como já fora apresentado anteriormente, grande parte dos cooperados comercializa produtos fora da cooperativa. No momento que utiliza a assessoria o cooperado provavelmente tem o conhecimento que o assessoramento é oferecido para ampliar a sua produção para o mesmo entregar na cooperativa, e não vender fora dela.

Segundo Melesko (2012), a ausência de ações educativas por parte das cooperativas que incentivem a fidelidade, faz com que apareçam comportamentos oportunistas, sendo frequente o fato de que o cooperado não forneça sua produção para a cooperativa, mas continua utilizando serviços e produtos de consumo disponibilizados pela cooperativa.

Remete-nos contrariedade à ética, pensar e saber que o cooperado utiliza os benefícios oferecidos pela cooperativa, desprendendo recursos da mesma para tal, e na hora que a cooperativa espera o retorno pelo oferecimento deste serviço o cooperado vende seus produtos a outros, tendo a assessoria de forma gratuita, pois a mesma teria retorno no momento que o cooperado entregasse sua produção.

Com os dados colhidos na pesquisa, não foi possível a percepção da cooperativa sobre esse oportunismo, nem mesmo verificar a existência de ações a fim de diminuir a infidelidade dos cooperados.

4.3 Reflexões a partir das categorias da investigação

Após a análise dos resultados obtidos com a investigação, foi possível estabelecer a relação com as categorias, isto é, a participação no meio cooperativo, a comercialização de produtos e a confiança no sistema.

Em relação à participação no meio cooperativo, relacionaram-se os itens 4.2.1 Atividade principal e faixa etária, que trouxe a importância da sucessão e o preparo dos filhos para isso. Entendeu-se que a educação cooperativa e cultural é um fator determinante para que essa possa ocorrer de maneira tranquila e natural. 4.2.2 Conhecimento dos cooperados sobre a cooperativa e cooperativismo, O conhecimento da cooperativa da qual faz parte e dos princípios e filosofia do cooperativismo aparecem como temas relevantes, junto com a educação cooperativa para a conquista da fidelidade dos cooperados juntos com a cooperativa na qual é cooperado. 4.2.5 Participação na cooperativa é comum ver participantes que vestem a “camiseta” somente no momento do benefício próprio, isso nas diferentes áreas e setores. Nas cooperativas não é diferente, há aqueles que buscam a participação na cooperativa somente com interesses próprios e também há os que realmente cumprem com os deveres de um cooperado, que abraça a causa pelo todo que representa uma cooperativa e o cooperativismo, sendo fiel a seus princípios e filosofia.

Quanto à comercialização de produtos listou-se o item 4.2.3 Comercialização dos produtos, que no ramo da cooperativa pesquisada, é a área onde se observa a maior ocorrência de infidelidade. A comercialização dos produtos pelos produtores

fora da cooperativa demonstra a sua infidelidade, seja por interesses próprios no momento que ganha alguma vantagem em negociar fora, ou seja, até mesmo pela facilidade de entrega e desburocratização da negociação. Enquanto entrega sua mercadoria para a cooperativa, demonstra fidelidade com a organização.

E em relação à confiança no sistema foram relacionados os itens 4.2.4 Opinião perante a cooperativa e dirigentes, pois a satisfação demonstrada do cooperado com a cooperativa e os dirigentes favorece a ocorrência de ações que visam o amadurecimento da fidelidade dos cooperados. 4.2.1 Atividade principal e faixa etária, já que o cooperado tem o foco da sua atividade principal no meio que a cooperativa está inserida e pela faixa etária demonstrada, nos remete que ele é fiel permanecendo no meio e por anos.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa, realizada na COOPERCEDRO, junto aos 14 associados que responderam ao formulário, serviu para investigar como se dá a fidelidade nesta organização. Percebeu-se que apesar do cooperado estar satisfeito com a cooperativa, e de um modo geral ser participativo em assembleias, a fidelidade demonstrada está longe de ser a idealizada pelos princípios cooperativistas, filosofia e ideais.

A fidelidade do cooperado em relação à entrega de seus produtos é baixa, visto que o cooperado busca na cooperativa um local para sanar seus interesses individuais. Opera fora da cooperativa, o que a deixa a organização enfraquecida, sem poder até honrar prazos e pedidos com os clientes.

O comportamento adotado pelos cooperados demonstra o pouco conhecimento das filosofias do cooperativismo, pois nem todos cumprem seus deveres de cooperados para com a cooperativa, mas usufrui dos benefícios. A falta de ações concretas, efetivas e permanentes por parte da cooperativa desfavorece ainda mais a falta de conhecimento cooperativo por parte dos associados.

Há cooperados que tem um interesse e envolvimento maior com a cooperativa, mas a maioria utiliza suas facilidades e a procura de maneira integral somente para satisfazer suas necessidades individuais.

A falta de fidelidade por parte dos cooperados ocasiona o enfraquecimento da organização, podendo levar a possíveis crises e conturbando o andamento da mesma. Apesar de os cooperados entregarem parte de sua produção na cooperativa, a mesma não trabalha de modo ideal. Os princípios sendo seguidos pelos associados fará com que a organização funcione do melhor modo possível, trazendo mais benefícios e melhores resultados aos associados.

A COOPERCEDRO pode contribuir mais com o desenvolvimento da agricultura familiar da comunidade na qual está inserida. O fortalecimento da organização proveniente da ajuda mútua entre cooperados e cooperativa fará com que os benefícios oferecidos sejam ampliados, desde a produção até a comercialização da produção.

O estudo revelou que a infidelidade não ocorre unicamente por um desvio de conduta do cooperado, mas também é consequência da falta de respostas adequadas ao oportunismo e falta de lealdade dos cooperados e, também de um investimento para a educação cooperativa dentro da própria organização.

O presente estudo não buscou resolver os problemas de fidelidade da cooperativa, no entanto revelou o quanto importante e frágil é o tema, e possível contribuição no desenvolvimento da COOPERCEDRO e de até outras organizações em que se tenham problemas do mesmo tipo.

Os resultados obtidos poderão ser utilizados como início para o desenvolvimento de novos métodos de intervenção na fidelidade dos cooperados, com a criação, por exemplo, de comissões de cooperados que tenham interesse em participar com mais afinco da cooperativa, a fim de divulgar a educação e o conhecimento cooperativista com seus princípios e disseminação de sua filosofia.

REFERÊNCIAS

BIALOSKORKI NETO, **S. Cooperativas**: Um ensaio sobre eficiência econômica, contratos e fidelidade. Publicações. São Paulo, 2002. Disponível em:

<http://www.fearp.usp.br/~sigbial/inserir_out2002/Trabalhos%20Apresentados/Contratos%20e%20Fidelidade.pdf>. Acesso em: 11 mai. 2014.

CHADDAD, R. F. Cooperativas no agronegócio do leite: mudanças organizacionais e estratégicas em resposta à globalização. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, Minas Gerais, V. 9, n.1, p. 69-78, abr. 2007.

COOPERCEDRO, Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural dos Agricultores familiares de Santa Maria – Agricultura Familiar (Folheto desdobrável): **Produtos que alimentam e mãos que cooperam para um mundo mais humano**. Santa Maria. (s. d.).

COUTINHO, C; CHAVES, J.. O estudo de caso na investigação em Tecnologia Educativa em Portugal. **Revista Portuguesa de Educação**, 15(1), pp. 221-244.CIEd - Universidade do Minho. 2002.

FERREIRA, J. P. et al. Sucessão Familiar na propriedade rural da família “X”. **PR Coop. Tecn. Cient**; Curitiba, v. 9, n. 101, p. 16-25, ed. Esp. 7. 2013

GALERANI, J. Formação, estruturação e implementação de aliança estratégica entre empresas cooperativas. São Paulo. **RAE-eletrônica**, Vol. 2, Número 1, jan-jun 2003.

GIAROLA, E. A fidelização dos associados nas cooperativas de leite: Uma análise sob a perspectiva da teoria dos jogos e da social network analysis. In: **XVII International conference on industrial engineering and operations management**, 2011, Belo Horizonte. Anais... Associação Brasileira de Engenharia de Produção, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MELESKO, Bruno. **Fidelidade e Lealdade**: uma relação dos cooperados com sua cooperativa. Unijuí. Ijuí, RS, 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria e criatividade. 2. Ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras. Disponível em:<http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/agencia_noticias/noticias_detalhes.asp?CodNoticia=13757>. Acesso em: 14 mai. 2014.

OLIVEIRA, D. de P. R. **Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, José R. **O comprometimento do cooperado com a cooperativa**. Santa Maria, RS. UFSM, 2007.

PINHEIRO, Raimundo Fonseca. **A importância da educação cooperativista**. São Luís de Montes Belos, Goiás, 2006. Disponível em <
http://www.fmb.edu.br/ler_artigo.php?artigo=100>. Acesso em: 10 mai. 2014.

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

PIVETTA, L. **A Fidelização dos cooperados no processo de desenvolvimento da sociedade cooperativa COOMAT de São Pedro do Sul/RS**. 2013. 27 f. Trabalho Final de Graduação do Curso de Tecnologia em Gestão de Cooperativas. Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

RODRIGUES, Roberto. O Brasil no Mundo: a opinião de quem fez (e faz) acontecer. **Mundo Coop**; São Paulo, V. 13, n. 59, p. 10-14. 2014

SAFANELLI, Arcângelo. et al. **A educação cooperativa: Valorização dos ser humano**. Florianópolis, 2011.

SESCOOP/RS – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em
<http://www.sescoopr.rs.coop.br/index.php/comunicacao/noticias>. Acesso em: 14 mai 2014.

SILVA, L. E; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. 121p.

SIMIONI, F. J. et al. **Lealdade e oportunismo nas cooperativas: desafios e mudanças na gestão**. Brasília, 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa. **Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses**: MDT Biblioteca Central, Editora da UFSM. – 8. ed. – Santa Maria : Ed. da UFSM, 2012.

Apêndice A – Instrumento de coleta de dados – A fidelização dos cooperados da COOPERCEDRO.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
COLÉGIO POLITÉCNICO DA UFSM
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE
COOPERATIVAS**

Aos associados da COOPERCEDRO.

- Não é necessário identificação.
- Escolher uma resposta para cada questão.

Questão 1 – Atividade Principal

- a)** Comerciante
 - b)** Industrial
 - c)** Prestador de serviços
 - d)** Produtor rural
 - e)** Aposentado
 - f)** Outra
-

Questão 2 – Sua faixa etária:

- a)** 18 a 25 anos
 - b)** 26 a 30 anos
 - c)** 31 a 40 anos
 - d)** Acima de 40 anos
-

Questão 3 – Você sabe há quanto tempo existe a cooperativa?

- a)** 01 a 03 anos
 - b)** 04 a 07 anos
 - c)** 08 a 12 anos
 - d)** Acima de 12 anos
 - e)** Não sabe
-

Questão 4 – Há quanto tempo é associado à cooperativa?

- a)** Menos de 01 ano
 - b)** 01 a 03 anos
 - c)** 04 a 06 anos
 - d)** Mais de 06 anos
-

Questão 5 – Você sabe diferenciar uma empresa mercantil de uma cooperativa?

- a)** Sim, pela união.
 - b)** Sim, pois todos são donos
 - c)** Sim, é a busca do objetivo comum
 - d)** Não sabe diferenciar
-

Questão 6 – Você negocia com outra empresa, fora da cooperativa?

- a)** Sim
 - b)** Não
-

Questão 7 – Com que frequência você negocia fora da cooperativa?

- a)** Nunca
 - b)** Uma vez ao mês
 - c)** Duas vezes ao mês
 - d)** Três vezes ao mês
 - e)** Semanalmente
-

Questão 8 – Por qual motivo você negocia fora da cooperativa?

- a)** Preço
 - b)** Localização (facilidade na entrega)
 - c)** Excesso de produção
 - d)** Não negocia fora
-

Questão 9 – Qual sua opinião sobre a cooperativa perante o mercado?

- a)** Excelente
 - b)** Muito Bom
 - c)** Bom
 - d)** Ruim
 - e)** Péssimo
-

Questão 10 – Qual sua opinião em relação aos dirigentes da cooperativa?

- a)** Excelente
 - b)** Muito Bom
 - c)** Bom
 - d)** Ruim
 - e)** Péssimo
-

Questão 11 – Por qual motivo é sócio da cooperativa?

- a)** O fato de saber que sou sócio
 - b)** Ter onde entregar minha produção
 - c)** Confiança da diretoria
-

Questão 12 – Com que frequência vai à cooperativa por mês?

- a)** Uma vez
 - b)** Duas vezes
 - c)** Três vezes
 - d)** Quatro vezes
 - e)** Mais de quatro vezes
-

Questão 13 – Quantas assembleias você já participou?

- a)** Uma
 - b)** Duas
 - c)** Três
 - d)** Quatro
 - e)** Acima de quatro
 - f)** Nenhuma
-

Questão 14 – Você teria interesse em participar da diretoria da cooperativa?

- c)** Sim
 - d)** Não
-

Questão 15 – Você utiliza a assessoria técnica da cooperativa?

- c)** Sim
 - d)** Não
-