

CAPÍTULO 5

POSICIONAMENTO DOS COOPERADOS EM RELAÇÃO ÀS INSTITUIÇÕES DE CRÉDITO COOPERATIVO

Bianca Zubko

Discente de administração: Unicentro, Brasil

E-mail: biancazubko@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-8739-1533>

Kawane Gabriela Machado Schon

Discente de administração: Unicentro, Brasil

E-mail: kawane123s@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-5060-1130>

Thais Zubko

Discente de administração: Unicentro, Brasil

E-mail: zubkothais@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-6907-4189>

Elis Fernanda Ferreira Dos Santos

Discente de administração: Unicentro, Brasil

E-mail: ferreiraelisfernanda4@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-4488-8198>

Rafael Henrique Dziobat do Nascimento

Discente de administração: Unicentro, Brasil

E-mail: rafahenriquedz@gmail.com

Orcid: 0009-0007-1566-9531

Resumo

Entender como a comunicação nas instituições influenciam a confiança e a colaboração entre os cooperados, e como esses meios de comunicação impactam as operações e contribuem para os objetivos organizacionais é importante para fornecer insights valiosos para gestores, acadêmicos e demais interessados. O objetivo deste trabalho é analisar a opinião da população que participa de algum tipo de instituição de crédito, seja de banco, associação ou cooperativa, em relação à sua satisfação acerca dos produtos e serviços oferecidos. A pesquisa adota uma abordagem quantitativa, descritiva e uma pesquisa bibliográfica. Foram realizadas 72 entrevistas, com uma amostragem não probabilística por meio do *Google Forms*, em uma escala de concordo/discordo, validada com alpha de Cronbach em 0,728. Os principais achados indicam que 49% dos cooperados concordam que é importante receber informações sobre as decisões políticas adotadas pela cooperativa; 55% acham importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa; 54% preferem tirar suas dúvidas como cooperado diretamente na cooperativa; 70% dos cooperados acreditam que sua opinião é valorizada e considerada pela cooperativa; 89% têm confiança na gestão da cooperativa e em sua comunicação com o cooperado; 73% dos cooperados conseguem realizar todas as suas operações utilizando o aplicativo da cooperativa; 57% acham que os canais de comunicação da cooperativa são suficientes para atender às suas necessidades; 76% dos cooperados gostam de utilizar os serviços da cooperativa, os quais atendem as necessidades diárias; 83% confiam nas informações que recebem da cooperativa; e 85% estão satisfeitos com os serviços e produtos oferecidos pela cooperativa. A pesquisa contribui no sentido de que, para aprimorar a gestão da cooperativa, é essencial considerar as necessidades e percepções dos cooperados, incluindo as necessidades pontuais entre as mulheres e os homens.

Palavras-chave: Cooperativismo; Cooperados; Comunicação; Instituição.

1 Introdução

No Brasil, as cooperativas se encontram em variadas situações: algumas desfrutam de boa situação econômica, enquanto outras ainda lutam para se adaptar à realidade e buscar formas de sobrevivência. Por outro lado, algumas estão impossibilitadas de operar, devido às dificuldades financeiras, e estão em processo de autoliquidação. Essas situações podem ser atribuídas à falta de capacidade de se adaptar às mudanças e novas tecnologias, à falta de comprometimento e lealdade com a organização, à instabilidade econômica recente e aos diversos planos econômicos implementados ao longo dos anos, no Brasil (Simioni, 2009).

Segundo Binotto (2012), a atuação de uma cooperativa em um mercado competitivo pode ter impacto nos preços, nos resultados e no alcance de forma semelhante às empresas tradicionais. A cooperativa típica é vista como uma organização defensiva, que tem como principal objetivo manter a concorrência em um mercado mais ético.

As cooperativas, assim como as empresas privadas, atuam em um mercado competitivo. Se, para as primeiras, a prioridade de satisfação é de seu associado, para a segunda se refere aos clientes. Enquanto organizações, ambas têm investido esforços no sentido de manterem relacionamentos de lealdade mais duradouros com esses públicos. Machado Filho et al. (2004) afirmam que a sobrevivência do cooperativismo em um mundo cada vez mais dinâmico está ligada à sua profissionalização, à transparência e à praticidade.

Para Morgan e Hunt (1994), a base para a construção e sustentação de um relacionamento de sucesso é o comprometimento e a confiança entre as partes envolvidas.

Portanto, o problema de pesquisa é: como a eficácia da comunicação nas instituições de participação influencia a confiança e a colaboração na visão dos cooperados?

Ao entender as preferências, percepções e experiências dos cooperados, a cooperativa pode adaptar serviços e estratégias para melhor atender às necessidades, aumentando a confiança e a colaboração entre os cooperados e, conseqüentemente, impulsionando o crescimento.

O objetivo deste trabalho é analisar a opinião da população que participa de algum tipo de cooperativa, seja de banco, associação ou cooperativa, a respeito de sua satisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos.

A realização desta pesquisa é justificada pela necessidade de contribuir para o avanço do conhecimento sobre gestão em cooperativas agroindustriais. Os

resultados deste estudo podem fornecer *insights* valiosos para gestores, acadêmicos e demais interessados, contribuindo para práticas mais eficazes e fortalecendo o papel das cooperativas no cenário agrícola. O empreendimento cooperativista oferece diversas vantagens, tanto para os produtores rurais quanto para a comunidade em que está inserido. Isso ocorre devido à sua gestão organizacional, que promove uma distribuição mais equitativa de renda e resultados. Além disso, as cooperativas atuam como agentes que conseguem negociar preços mais vantajosos para os produtores associados (Silva Ilha, 2006).

Este relatório de pesquisa está organizado da seguinte forma: a seção seguinte revisará a literatura existente sobre os principais conceitos e princípios ligados ao cooperativismo; em seguida, a metodologia utilizada na pesquisa será detalhada; os resultados serão apresentados e discutidos na sequência; por fim, as conclusões finais, contribuições e limitação do estudo e possíveis direções para pesquisas futuras.

2 Referencial teórico

A fundamentação teórica deste estudo busca compreender e entender sobre cooperativismo, sua história e a visão do cooperado, com temas relacionados ao assunto. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, combinando métodos de pesquisa bibliográfica com coleta de dados em trabalhos já existentes e pesquisa de campo. A análise crítica da literatura proporcionou uma fundamentação teórica sólida para contextualizar e embasar as conclusões da pesquisa. Contextualizando os temas sobre o surgimento do cooperativismo, cooperativismo no Brasil e, por último, a história da mulher no cooperativismo.

2.1 Surgimento do cooperativismo

O cooperativismo surgiu no século XIX, em meio à sociedade capitalista, onde havia desigualdade social, fome, misérias e péssimas condições de trabalho. Devido às aflições que esvoaçavam a sociedade, o cooperativismo veio em forma de apaziguar esses problemas, ligado a movimentos em que operários solicitaram associações que defendesse melhor seus interesses (Alves; Procópio, Gonçalves 2022).

Para dizer o essencial, suas características principais eram a propriedade, a gestão e a repartição cooperativa, sendo que a primeira deixava explícito que, como se tratava de uma associação de pessoas, logo não existiria o termo capital; no que se dizia respeito às decisões tomadas, seriam realizadas por meio de assembleias, em que todos teriam participação; e a última característica que indica que tudo o que

“sobrasse” ao final do período de trabalho em associação deveria ser repartido entre os associados, mas de maneira distinta das empresas capitalistas. Impulsionado pela revolução industrial, o cooperativismo ganhou força e se espalhou pelo continente (Rios, 2017; Matos; Lima, 2022).

Nas empresas capitalistas, as cooperativas de crédito (bancos) usam muito os termos “lucros e dividendos”, sendo o contrário de “sobras líquidas”, esse termo é utilizado nas empresas de cooperativismo como realmente uma sobra, obtida após serem descontadas todas as taxas administrativas igualmente entre os associados; neste caso, essa sobra não se origina do lucro aos trabalhadores assalariados, mas é proveniente do trabalho realizado entre os associados, o que garante igualdade do direito a todos os associados (Berlanda, 2021).

Segundo Sucupira e Freitas (2011), as cooperativas sucedem de uma forma interativa, que impulsiona o desenvolvimento, tanto local quanto social. Além disso, a cooperação e os projetos rurais promovem o acesso ao crédito, proporcionando liberdade financeira para muitos pequenos produtores rurais que desejam expandir seus territórios ou adquirir maquinário. Dessa forma, o dinheiro é investido com o objetivo de fomentar projetos que conectem o desenvolvimento local a um propósito maior: a inclusão social na sociedade atual.

2.2 Cooperativismo no Brasil

Segundo Alves, Procópio e Gonçalves (2022), o cooperativismo no Brasil veio a se consolidar com a vinda dos imigrantes alemães, italianos e japoneses, os quais se estabeleceram na região sul e sudeste em busca de empregos. Em 1902, foi idealizada a primeira cooperativa de crédito no Brasil, pelo padre jesuíta Theodor Amstadt, considerado o pai do cooperativismo; esta cooperativa foi nomeada como Caixa de Economias e Empréstimos Amstad, atual Sicredi Pioneira RS.

Hoje, existem milhares de cooperativas de crédito no Brasil, que geram empregos, desenvolvimento econômico e social. Costa e Silva (2010) afirmam que existe um grande diferencial entre as cooperativas de crédito e os bancos comerciais, sendo o principal, o fato de os bancos visarem o lucro, e as cooperativas, as pessoas. Os cooperados trazem o lucro e se beneficiam dele mesmo, sendo, ao mesmo tempo, donos e usuários. Como resultado disso, percebe-se a razão de as cooperativas estarem crescendo cada vez mais no Brasil e no mundo, uma vez que, por meio da valorização das pessoas e desenvolvimento da sociedade, o mercado se transforma e o crescimento se torna constante.

Abrantes (2004) descreve a história do movimento cooperativista no Brasil,

que passou por cinco fases distintas. A primeira fase, conhecida como introdutória, durou até 1907, quando foi promulgada a primeira lei sobre cooperativismo. Até esse momento, várias tentativas isoladas foram feitas por pessoas que trouxeram experiências de países onde o cooperativismo já era praticado. A segunda fase abrange o período de 1907 a 1926, marcado pelo surgimento das primeiras portarias, decretos e leis voltados exclusivamente para as cooperativas de crédito padrão Raiffeisen e os bancos populares modelo Luzzati. Durante esse tempo, o sindicalismo-cooperativismo predominava, com algumas cooperativas funcionando como seções de sindicatos.

A terceira fase, que se estendeu de 1926 a 1964, viu a elaboração de leis específicas para cooperativas, desvinculando-as dos sindicatos. Destaca-se o ano de 1932, quando foi publicada uma lei que adotava os princípios da Aliança Cooperativa Internacional. Esse período foi marcado pelo surgimento de muitas cooperativas em todo o Brasil.

A quarta fase ocorreu entre 1964 e 1988, sob a influência da ditadura militar, quando o cooperativismo foi controlado pelo governo e sofreu severas restrições. Em 1971, foi promulgada a lei que rege as cooperativas brasileiras até os dias atuais, a qual inibe a organização e funcionamento das cooperativas devido à criação de tributos e exigências.

É importante notar que o desenvolvimento do cooperativismo no Brasil variou nas diferentes macrorregiões, dependendo do tipo e número de cooperativas (Schneider, 2005; Augusto, 2013).

Essa variação foi influenciada pelo acesso a recursos, crédito, assistência técnica, comercialização e serviços de consumo. Acrescenta-se que as diferenças regionais no cooperativismo brasileiro também foram causadas pela influência de imigrantes – alemães, italianos e japoneses – que se estabeleceram nas regiões Sul e Sudeste, trazendo experiências de associativismo que serviram de base para a estruturação de cooperativas competitivas (Silva et al., 2003, Brito, 2020).

2.3 Mulher no cooperativismo

É fato que, no decorrer das décadas, as mulheres têm travado uma luta incessante pela igualdade de gênero. Justamente por existir resistência e preconceito, elas ainda encontram dificuldades para acessarem cargos e posições que, tradicionalmente, pertencem a homens. No entanto, a história, aos poucos, começa a mudar, e algumas mulheres têm se destacado em atividades da vida pública e privada (Baldissarelli, 2018; Guedes; Vinhas, 2021).

Contudo, no cooperativismo, algumas instituições financeiras começaram a intensificar o emprego de mulheres a partir da década de 1960, uma vez que, antes desse período, as mulheres ocupavam cargos de menor importância e relevância. Até a introdução dos processos de automatização, na década de 1960, as atividades no setor bancário eram majoritariamente desempenhadas por homens, enquanto as mulheres eram contratadas apenas para funções consideradas sexistas, como recepcionistas, telefonistas e faxineiras.

Conforme Cintra e Cosac (2008), as mulheres têm conquistado seu espaço, assumindo cargos de liderança em grandes ambientes corporativos que antes eram destinados exclusivamente aos homens. Elas estão encontrando satisfação em participar de cooperativas, seja como sócias ou empregadas, onde o respeito mútuo e a igualdade de oportunidades são cada vez mais valorizados.

Destaca-se o comportamento de liderança feminina, o qual apresenta um estilo voltado à gestão de pessoas (Resmini, 2015). A mulher, baseada em sua criação, é mais adepta ao diálogo e tende a apresentar maior compreensão das situações cotidianas, o que contribui para uma melhor gestão do cotidiano das empresas. O foco nas pessoas e a facilidade de comunicação, planejar e executar projetos, além de integrar os colaboradores em todas as etapas do processo, são retratados como competências em liderança comumente associadas à figura feminina (Hryniewicz; Vianna, 2018), sendo esse também o foco das cooperativas e competências valorizadas no mercado de trabalho, mas o número de mulheres em posições de poder é ainda restrito e escasso.

Qualquer indivíduo anseia por oportunidades de crescimento quando adentra em uma organização, e isso não é diferente com as mulheres, porém, em algumas situações, ao se depararem com uma chance na empresa, a não percepção de igualdade nos processos de seleção entre elas e os colegas homens pode gerar desmotivação e um sentimento de desvalorização. Ao longo dos anos, o estereótipo feminino sofreu grande transformação, e as mulheres que ocupam o mercado de trabalho tiveram de provar que são tão capazes e competentes quanto os colegas homens para assumir posições importantes dentro das organizações, é o caso de líderes administrativas nas cooperativas agroindustriais (Bruschini, 2000; Salvaro; Estevam, Felipe, 2014).

Há relatos que apontam a existência de preconceitos, evidenciando a carência de mulheres em cargos de alta administração. Mesmo com níveis de escolaridade mais elevados, poucas mulheres ocupam posições estratégicas e politicamente relevantes (Hryniewicz; Vianna, 2018). Em algumas organizações e

setores, embora a aceitação das mulheres nos postos de trabalho seja superficialmente demonstrada, elas são afastadas dos processos decisórios e diretivos (Santos, 2002).

O cooperativismo, nesse contexto, promove a reestruturação das organizações, pois busca reduzir as assimetrias sociais por meio da cooperação, sem distinção de gênero, raça ou condição social. As cooperativas são reconhecidas por seus valores, que promovem e apoiam a diversidade para alcançar objetivos comuns. Esse debate teórico sobre a liderança feminina é relevante para o modelo de gestão de cooperativas.

Ao longo de suas trajetórias profissionais, as mulheres têm demonstrado suas habilidades e aptidões para liderar equipes e gerenciar cooperativas, ganhando visibilidade e experiência, fatores que constituem um diferencial transformador. As mulheres estão cada vez mais se inserindo no cooperativismo como resposta às suas necessidades econômicas e sociais (Botelho; Barth, Wentroba, 2022).

3 Metodologia da pesquisa

Como metodologia de pesquisa, foi realizada revisão bibliográfica. Para Gil (2017), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Em relação à natureza das variáveis, o estudo foi uma pesquisa quantitativa; segundo Richardson (1989), este método caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

O estudo foi descritivo, quanto ao seu objetivo. Esse tipo de pesquisa descreve um fenômeno e registra a maneira como ele ocorre, podendo ser também experimental, quando há interpretações e avaliações na aplicação de determinados fatores, ou simplesmente dos resultados já existentes dos fenômenos (Silva, 2010, Vinuto, 2014).

A população e unidade de observação foram usuários cooperados de algum sistema de cooperativa ou banco, tendo sido aplicadas 72 entrevistas no mês de setembro de 2024, por meio de levantamento mediante o uso de e-mail eletrônico (*Google Forms*) e grupos de Whatsapp.

Predominou a escala ordinal, tendo sido utilizada uma escala de 5 pontos do tipo concordo/discordo, através de 10 variáveis e 3 perfis, sendo gênero, faixa etária e escolaridade, validada com alpha de Cronbach em 0,728.

A técnica de amostragem foi não probabilística por conveniência; esta

técnica é um método de amostragem de rede útil para se estudar populações difíceis de serem acessadas ou estudadas, ou quando não há precisão sobre sua quantidade (Barbosa, 2019, Dalfvo; Lana, Silveira, 2008).

A procedência dos dados forma dados primários, que são aqueles que apresentam relação física direta com os fatos analisados, ou seja, foram coletados especificamente para uma determinada investigação (Richardson, 1999).

O recorte foi transversal; segundo Richardson (1999), os dados são coletados em um ponto no tempo, com base em uma amostra selecionada, para descrever uma população nesse determinado momento.

Em relação à técnica estatística, a análise dos dados consistiu-se em análises univariadas e bivariadas, com base em frequências absolutas e relativas, segmentadas por gênero, escolaridade e faixa etária, elaboradas no Excel e, posteriormente, no software Jamovia, para a aplicação dos testes não paramétricos: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis (Siegel; Castellan, 2017).

O teste de Mann-Whitney é aplicado para 2 grupos, não pareados ou independentes; e o teste de Kruskal-Wallis, para mais 2 grupos, não pareados ou independentes. Se o valor-p for menor ou igual ao nível de significância (0,05), rejeita-se a hipótese nula e conclui-se que a diferença entre as medianas da população é estatisticamente significativa.

Como teste de hipótese:

Hipótese nula: não há diferenças estaticamente significativa entre as variáveis pesquisadas considerando os grupos envolvidos quanto ao perfil por gênero, faixa etária e escolaridade.

Em síntese, a Tabela 1, expressa o formato da metodologia da pesquisa adotada para esse estudo.

Tabela 1: Síntese da metodologia de pesquisa

Parâmetros Metodológicos	Classificação Metodológica
1. Natureza das variáveis	Estudo quantitativo
2. Objetivo	Descritivo conclusivo
3. Unidade de observação	Pessoas que participam de algum tipo de cooperativa
4. Escala e variáveis	Escala de 5 pontos, concordo/discordo com 10 variáveis e 3 perfis (gênero, faixa etária e escolaridade), validada com alpha de Cronbach em 0,712
5. Amostragem	Não probabilística por conveniência com 72 entrevistas
6. Forma de coleta e abordagem	Levamento por meio do Google Forms e grupos de Whatsapp
7. Procedência dos dados	Dados primários
8. Recorte	Transversal
9. Análise	Estatística descritiva com análises univariadas e bivariadas, com uso do teste não paramétricos: Mann -Whitney e Kruskal -Wallis

Fonte: elaborado pelos autores

4 Resultados e discussão

O perfil dos respondentes resultou que 49% são do gênero masculino, e 51% feminino. Quanto à faixa etária, por distribuição, 32% têm até 21 anos; 33% de 22 a 32 anos; e 35% acima de 33 anos, com idade média de 29 anos. Pela sondagem, 53% têm curso superior, contra 47% que declaram ter até o ensino médio.

A análise é composta a partir dos Quadros 1 a 10, segmentada por gênero, escolaridade e faixa etária.

Ressalta-se que, em ambos os testes estatísticos não paramétricos, Teste Mann Whitney Kruskal-Wallis, para amostras independentes, utiliza-se o nível de significância de 5%.

O Quadro 1 tem como finalidade mostrar os dados referentes à variável um, que é *“Acho importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa”*.

Essa análise permite entender o grau de valorização dos cooperados em relação à transparência e comunicação da cooperativa, aspectos fundamentais para fortalecer a confiança e o comprometimento com a instituição. As porcentagens sobre a importância de receber informações das decisões e políticas da cooperativa são as seguintes: Concordo totalmente (49%); Concordo (33%); Indiferente (17%); Discordo (1%); Discordo totalmente (0%).

O resultado do p- valores para Gênero (p-valor: 0,431), Faixa Etária (p-valor: 0,197), Escolaridade (p-valor: 0,121), indica que não há diferença estatisticamente significativa entre os grupos em relação à percepção de importância de receber essas informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa.

Esses dados indicam que a maioria dos cooperados valoriza a transparência e deseja estar informada sobre as decisões da cooperativa. O Quadro 1 mostra que 82% dos cooperados concordam com a importância de receber informações sobre decisões e políticas da cooperativa. Esse resultado está alinhado com a literatura, que enfatiza a importância da transparência e comunicação nas cooperativas, uma vez que promovem o fortalecimento da confiança entre cooperados e instituição (Machado Filho et al., 2004; Morgan e Hunt, 1994).

Quadro 1 - Acho importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	51%	46%	38%	58%	35%	46%	64%	49%
Concordo	38%	29%	41%	26%	39%	33%	28%	33%
Indiferente	8%	26%	18%	16%	22%	21%	8%	17%
Discordo	3%	0%	3%	0%	4%	0%	0%	1%
Discordo totalmente	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,431		0,197		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,121			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 2 tem como finalidade mostrar a “preferência dos cooperados pelo atendimento virtual para tirar dúvidas”. Ele avalia a aceitação e satisfação dos cooperados com os canais digitais oferecidos pela cooperativa, refletindo o grau de adesão ao atendimento remoto. Esses dados são úteis para entender as expectativas dos cooperados em relação à modernização e acessibilidade dos serviços da cooperativa.

As porcentagens referentes à preferência dos cooperados pelo atendimento virtual para tirar dúvidas são as seguintes: Concordo totalmente (13%); Concordo (42%); Indiferente (29%); Discordo (14%); Discordo totalmente (3%).

Essas porcentagens indicam que a maioria dos cooperados (55%) têm uma preferência positiva pelo atendimento virtual, enquanto uma parcela menor permanece indiferente ou prefere outros meios de atendimento. Os resultados dos p-valores para gênero (p-valor: 0,715), faixa Etária (p-valor: 0,822), escolaridade (p-valor: 0,810), nenhum dos valores é significativo, o que indica que todos os grupos têm opiniões semelhantes sobre o atendimento virtual.

No Quadro 2, observa-se uma preferência pelo atendimento virtual, com 55% dos cooperados preferindo esse canal para tirar dúvidas. A literatura também aponta o uso crescente de meios digitais nas cooperativas para otimizar a comunicação e aumentar a acessibilidade, especialmente com o advento das tecnologias (Sucupira; Freitas, 2011; Costa; Silva, 2010).

Quadro 2 - Prefiro tirar minhas dúvidas como cooperado por meio virtual

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	11%	14%	12%	13%	17%	8%	12%	13%
Concordo	46%	37%	41%	42%	35%	50%	40%	42%
Indiferente	30%	29%	32%	26%	39%	25%	24%	29%
Discordo	11%	17%	15%	13%	9%	13%	20%	14%
Discordo totalmente	3%	3%	0%	5%	0%	4%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,715		0,822		xxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxx		Xxxx		0,810			

Fonte: pesquisa (2024)

No Quadro 3, “*prefiro tirar as minhas dúvidas como cooperado diretamente na cooperativa*”, observa-se uma preferência por esse tipo de atendimento, sendo que 54% dos cooperados afirmam preferir ou concordar totalmente com o atendimento presencial. Essa preferência sugere a importância do contato direto, que contribui para fortalecer a relação entre cooperado e cooperativa. O resultado do p-valores para Gênero (p-valor: 0,739), Faixa Etária (p-valor: 0,860), Escolaridade (p-valor: 0,176), não são significativos, mostrando que a preferência por atendimento presencial é homogênea entre as dúvidas dos cooperados. Esses resultados estão alinhados com a teoria da confiança e comprometimento nas relações cooperativas, como defendido por Morgan e Hunt (1994), que destacam a confiança como um fator crítico para a sustentabilidade e lealdade nas cooperativas.

Quadro 3 - Prefiro tirar as minhas dúvidas como cooperado diretamente na cooperativa

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	22%	20%	21%	21%	22%	21%	20%	21%
Concordo	32%	34%	38%	29%	48%	17%	36%	33%
Indiferente	38%	34%	26%	45%	22%	42%	44%	36%
Discordo	8%	9%	12%	5%	9%	17%	0%	8%
Discordo totalmente	0%	3%	3%	0%	0%	4%	0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,739		0,860		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,176			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 4 tem como finalidade mostrar a “*percepção que o cooperado tem em relação à consideração de suas opiniões pela cooperativa*”, com 70% dos respondentes concordando que sua opinião é valorizada.

Esse dado evidencia que a valorização da voz dos cooperados é uma prática bem recebida, e que influencia diretamente a confiança e o engajamento deles com a instituição.

Sucupira e Freitas (2011) sugerem que as cooperativas devem promover um ambiente em que as opiniões dos membros sejam reconhecidas, reforçando o engajamento e o sentimento de pertencimento.

O resultado dos p-valores para Gênero (p-valor: 0,483), Faixa Etária (p-valor: 0,779), Escolaridade (p-valor: 0,535) não mostram diferenças significativas entre os grupos em relação à percepção dos cooperados de que suas opiniões são valorizadas pela cooperativa.

Quadro 4 - Acredito que minha opinião como cooperado é valorizada e considerada pela cooperativa

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	19%	20%	9%	29%	13%	29%	16%	19%
Concordo	57%	46%	71%	34%	52%	46%	56%	51%
Indiferente	16%	23%	15%	24%	26%	13%	20%	19%
Discordo	8%	9%	6%	11%	9%	13%	4%	8%
Discordo totalmente	0%	3%	0%	3%	0%	0%	4%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,483		0,779		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,535			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 5 tem como finalidade mostrar a “*confiança dos cooperados na gestão da cooperativa e na comunicação com os associados*”. A análise dos dados indica que a confiança na gestão e na comunicação é expressiva (89% no total).

Segundo o teste de Mann-Whitney (0,607 e 0,597), o p-valor menor que 0,05 para gênero e escolaridade indica que não há uma diferença estatisticamente significativa entre os grupos com relação à confiança na gestão e comunicação da cooperativa. Com destaque para a faixa etária entre 33 anos ou mais, que apresenta maior concordância.

Segundo o teste Kruskal-Wallis para Faixa Etária (p-valor: 0,423), os resultados indicam que não há diferença estatisticamente significativa entre as faixas etárias dos cooperados.

O resultado de p-valores para Gênero (p-valor: 0,607), Faixa Etária (p-valor: 0,597), Escolaridade (p-valor: 0,423) não são significativos, indicando confiança similar entre os grupos na gestão e comunicação da cooperativa. Esse resultado

demonstra a importância de estabelecer uma relação duradoura, de parceria, para que exista colaboração mútua, principalmente nos momentos de urgência (Sato, 2010; Sales, 2010).

Quadro 5 - Tenho confiança na gestão da cooperativa e em sua comunicação com o cooperado

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	11%	31%	21%	21%	13%	33%	16%	21%
Concordo	81%	54%	71%	66%	74%	54%	76%	68%
Indiferente	5%	6%	6%	5%	9%	4%	4%	6%
Discordo	3%	9%	3%	8%	4%	8%	4%	6%
Discordo totalmente	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,607		0,597		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,423			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 6 tem como finalidade mostrar se os “cooperados conseguem realizar todas as operações necessárias por meio do aplicativo da cooperativa”. A análise dos dados revela que a maioria dos cooperados (73% no total) afirma conseguir realizar suas operações pelo aplicativo, há destaque positivo entre os cooperados da faixa etária de 22 a 32 anos, com maior nível de concordância total (33%), enquanto a faixa etária de até 21 anos apresenta uma maior proporção de respostas.

No teste de Mann-Whitney, os p-valores obtidos foram (0,010 e 0,913), indicando uma diferença estatisticamente significativa entre homens e mulheres em relação à facilidade de realizar todas as operações pelo aplicativo, pois o p-valor é menor que 0,05. Verifica-se que 3% das mulheres discordam, contra 26% dos homens. Por outro lado, não foi encontrada uma diferença estatisticamente significativa entre cooperados com ensino médio e superior. Isso sugere que o nível educacional não influencia de forma significativa a percepção de facilidade de uso do aplicativo.

O teste de Kruskal-Wallis (p-valor: 0,305) não indica uma diferença significativa entre as faixas etárias. Ou seja, a facilidade de uso do aplicativo para realizar todas as operações não varia de forma estatisticamente relevante entre os diferentes grupos etários. Segundo Rodrigues, (2022), aplicativos com boa usabilidade permitem que o usuário entenda como a tarefa deve ser realizada. Porém, devido ao baixo conhecimento digital dos participantes, dicas na tela podem ser úteis.

Quadro 6 - Consigo realizar todas as minhas operações utilizando o aplicativo da cooperativa.

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	19%	14%	12%	21%	4%	33%	12%	17%
Concordo	65%	46%	65%	47%	61%	42%	64%	56%
Indiferente	14%	11%	9%	16%	30%	4%	4%	13%
Discordo	3%	26%	15%	13%	4%	21%	16%	14%
Discordo totalmente	0%	3%	0%	3%	0%	0%	4%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,010		0,913		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,305			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 7 tem como finalidade mostrar a “*percepção dos cooperados sobre a adequação dos canais de comunicação da cooperativa em atender às suas necessidades*”. A análise indica que a maioria dos cooperados concorda (43% no total) que os canais de comunicação são suficientes, mas também há uma parcela considerável que permanece indiferente (19% no total) ou discorda em algum grau (24%no total).

Os resultados do p-valor para Gênero (p-valor:0,219), Faixa Etária (p-valor:0,390), Escolaridade (p-valor: 0,390) não são significativos, sugerindo que os canais de comunicação são percebidos como adequados por todos os cooperados. Schneider (2015) aponta que esses grupos possuem expectativas mais elevadas em relação à acessibilidade e clareza na comunicação, o que sugere que estratégias específicas devem ser desenvolvidas para ampliar a efetividade dos canais e promover maior engajamento.

Quadro 7 - Acho que os canais de comunicação da cooperativa são suficientes para atender às necessidades dos cooperados.

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	16%	11%	9%	18%	9%	25%	8%	14%
Concordo	46%	40%	56%	32%	30%	33%	64%	43%
Indiferente	22%	17%	18%	21%	39%	17%	4%	19%
Discordo	14%	29%	18%	24%	22%	21%	20%	21%
Discordo totalmente	3%	3%	0%	5%	0%	4%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,219		0,390		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,409			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 8 tem como finalidade mostrar a “*satisfação dos cooperados com*

os serviços oferecidos pela cooperativa, em termos de atendimento das suas necessidades diárias”. A maioria dos cooperados concorda (57% no total) que os serviços atendem suas necessidades, especialmente entre aqueles com mais de 22 anos e com maior escolaridade. No entanto, uma parte ainda se mostra indiferente (22%) ou não totalmente satisfeita, sugerindo que a cooperativa pode explorar formas de melhorar o serviço para segmentos menos engajados.

Os resultados de p-valores para gênero (p-valor: 0,721), faixa etária (p-valor: 0,080), escolaridade (p-valor: 0,867) não são significativos; contudo, o p-valor para faixa etária (0,080) está próximo da significância, sugerindo possíveis diferenças que poderiam ser investigadas mais detalhadamente para melhorar a satisfação dos cooperados com os serviços oferecidos pela cooperativa.

Rossi e Beber (2006) defendem que a satisfação vai além do atendimento básico das expectativas, sendo necessário superar essas demandas para fortalecer a lealdade e o vínculo emocional com a instituição.

Quadro 8 - Gosto de utilizar dos serviços da cooperativa, onde atende mais as minhas necessidades diárias

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	22%	17%	9%	29%	13%	29%	16%	19%
Concordo	57%	57%	62%	53%	74%	33%	64%	57%
Indiferente	19%	26%	29%	16%	13%	33%	20%	22%
Discordo	3%	0%	0%	3%	0%	4%	0%	1%
Discordo totalmente	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,721		0,080		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,867			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 9 tem como finalidade mostrar a “confiança dos cooperados nas informações que recebem da cooperativa”. A análise dos dados revela que a confiança nas informações fornecidas pela cooperativa é alta (83% no total), especialmente entre os membros mais velhos e aqueles com maior nível educacional. No entanto, existe uma clara diferença entre faixas etárias, com os membros mais jovens expressando maior indiferença ou menor confiança.

Entre os resultados dos p-valores para gênero (p-valor: 0,993), faixa etária (p-valor: 0,381), escolaridade (p-valor: 0,009, significativo), apenas a escolaridade apresenta um p-valor significativo, mostrando que há diferenças estatísticas entre os níveis educacionais na confiança nas informações recebidas. Cooperados com maior escolaridade tendem a confiar mais nas informações.

Para Putnam (1994), cooperação é gerada pela confiança; quanto maior o nível de confiança, maior a probabilidade de cooperação dentro de uma comunidade ou entre pessoas.

Quadro 9 - Confio nas informações que recebo da cooperativa

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	24%	26%	15%	34%	13%	46%	16%	25%
Concordo	57%	60%	71%	47%	52%	46%	76%	58%
Indiferente	16%	9%	9%	16%	30%	4%	4%	13%
Discordo	3%	3%	6%	0%	4%	4%	0%	3%
Discordo totalmente	0%	3%	0%	3%	0%	0%	4%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,993		0,381		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,009			

Fonte: pesquisa (2024)

O Quadro 10 tem como objetivo avaliar o “nível de satisfação dos membros da cooperativa em relação aos serviços e produtos oferecidos”. Os dados mostram um nível alto de satisfação com os produtos e serviços da cooperativa (83% no total). No entanto, observa-se uma diferença importante entre as faixas etárias: os membros mais jovens apresentam menores níveis de satisfação, enquanto os mais velhos demonstram uma percepção mais positiva.

Os resultados do p-valores para gênero (p-valor: 0,326), faixa Etária (p-valor: 0,319), escolaridade (p-valor: 0,256) não são significativos, indicando uma percepção uniforme de satisfação dos cooperados com os produtos e serviços.

Rossi e Beber (2006) afirmam que satisfação não é deixar os clientes surpresos ou alegres, mas atender ou superar as suas expectativas, de modo que fiquem contentes com os resultados.

Quadro 10 - Estou satisfeito com os serviços e produtos oferecidos pela cooperativa.

	Gênero		Escolaridade		Faixa Etária			Total
	Fem.	Masc	Médio	Superior	Até 21	22/32	33+	
Concordo totalmente	24%	26%	18%	32%	13%	38%	24%	25%
Concordo	68%	51%	76%	45%	65%	46%	68%	60%
Indiferente	3%	14%	6%	11%	17%	8%	0%	8%
Discordo	5%	6%	0%	11%	4%	8%	4%	6%
Discordo totalmente	0%	3%	0%	3%	0%	0%	4%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Teste Mann Whitney	0,326		0,319		xxxxx			
Teste Kruskal-Wallis	xxxxx		xxxxx		0,256			

Fonte: pesquisa (2024)

Em síntese, a Tabela 2 demonstra o resumo dos testes não paramétricos: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis, a qual aponta qual variável tem significância estatística para amostras independentes.

Tabela 2 – Resumo dos testes estatísticos não paramétricos: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis

	Teste Mann-Whitney		Teste Kruskal-Wallis
	P-valor Gênero	P-valor Escolaridade	P-valor Faixa etária
Quadro 1 (Var 1)	0,431	0,197	0,121
Quadro 2 (Var 2)	0,715	0,822	0,810
Quadro 3 (Var 3)	0,739	0,860	0,176
Quadro 4 (Var 4)	0,483	0,779	0,535
Quadro 5 (Var 5)	0,607	0,597	0,423
Quadro 6 (Var 6)	0,010*	0,913	0,305
Quadro 7 (Var 7)	0,219	0,390	0,390
Quadro 8 (Var 8)	0,721	0,080	0,867
Quadro 9 (Var 9)	0,993	0,381	0,009*
Quadro 10 (Var 10)	0,326	0,319	0,256

Fonte: autores (2024) – p-valor significativo a 5% ($p < 0,05$) *

5 Conclusão

Este estudo alcançou seu objetivo ao analisar a opinião da população que participa de algum tipo de cooperativa, seja de banco, associação ou cooperativa a respeito de sua satisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos.

A pesquisa proporcionou uma visão abrangente das cooperativas e a importância de seus cooperados. A principal contribuição deste trabalho é oferecer informações valiosas para gestores de cooperativas sobre como melhorar a comunicação, a transparência e a inclusão dentro das instituições de participação.

A pesquisa apresentada teve como objetivo analisar o impacto da comunicação nas instituições cooperativas sobre a confiança e colaboração entre os cooperados.

Os principais achados, somando concorda totalmente e concordo, indicam que:

- 49% dos cooperados concordam na importância de receber informações sobre as decisões políticas adotadas pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 1);
- 55% acham importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 2);

- 54% preferem tirar suas dúvidas, como cooperado, diretamente na cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 3);
- 70 % dos cooperados acreditam que sua opinião é valorizada e considerada pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 4);
- 89% têm confiança na gestão da cooperativa e em sua comunicação com o cooperado. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 5);
- 73% dos cooperados conseguem realizar todas as suas operações utilizando o aplicativo da cooperativa. O teste estatístico apresentou diferença significativa entre o grupo por gênero. Em relação à escolaridade e à faixa etária, os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas (Quadro 6);
- 57% acham que os canais de comunicação da cooperativa são suficientes para atender às suas necessidades. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 7);
- 76% dos cooperados gostam de utilizar os serviços da cooperativa, os quais atendem às necessidades diárias. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 8);
- 83% confiam nas informações que recebem da cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero e escolaridade. No grupo faixa etária, o teste estatístico apresentou diferença significativa (Quadro 9);
- 85% estão satisfeitos com os serviços e produtos oferecidos pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Quadro 10).

A contribuição da pesquisa foi oferecer insights valiosos para gestores de cooperativas, destacando a importância de fortalecer a transparência, comunicação e inclusão na organização. A análise demonstrou que a maioria dos cooperados valoriza a comunicação eficaz e transparente, o que reforça a confiança e o engajamento. A principal contribuição desta pesquisa está em oferecer uma base empírica para o aprimoramento na gestão de cooperativas, especialmente nas áreas de comunicação e atendimento.

Contudo, é importante ressaltar que a limitação deste estudo reside no fato de que as percepções dos cooperados são subjetivas e foram influenciadas por experiências pessoais, emoções e expectativas, dificultando a obtenção de uma visão objetiva e consistente.

Para futuras pesquisas, recomenda-se incluir a perspectiva dos gestores e líderes das cooperativas para entender como eles percebem e respondem às percepções e necessidades dos cooperados em relação às instituições, sugere-se também aumentar o campo de pesquisa para cooperados de outras instituições, em diferentes estados e tipos de cooperativismo.

Referências

- ABRANTES, J. Associativismo e cooperativismo. Rio de Janeiro: Interciência, 2004.
- ALVES, K. de Castro; PROCÓPIO, F. L.; GONÇALVES, M. C da Silva. PDF Cooperativismo e mulheres: um estudo de caso em uma cooperativa de crédito de livre admissão do Noroeste de Minas Gerais. **Altus Ciência**, v. 14, n. 14, p. 221-246, 2022.
- AUGUSTO, C. A., SOUZA, J. P. D., DELLAGNELO, E. H. L., CARIO, S. A. F. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 51, 745-764, 2013.
- BALDISSARELLI, Juciele Marta et al. A INSERÇÃO DAS MULHERES NO COOPERATIVISMO VIDEIRENSE. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, v. 7, n. 1, p. 80-94, 2018.
- BERLANDA, Natalia et al. Cooperativismo e desenvolvimento local. **OLIVEIRA, RJ Extensão rural: práticas e pesquisas para o fortalecimento da agricultura familiar. Guarujá: Científica Digital**, v. 1, p. 179-194, 2021.
- BOTELHO, Louise de Lira Roedel; BARTH, Enise; WENTROBA, Jaine Cristiane. Liderança Feminina e Cooperativismo. In: *Dicionário Contemporâneo do Cooperativismo [ebook]/organizadores: Marcos Paulo Dhein Griebeler...[et al.]*. Uruguaiana: Conceitos, 2022.
- BARBOSA, Kauai Cavalcante. Movimentos Migratórios na Amazônia: o caso das reservas de desenvolvimento sustentável Amanã e Mamirauá no Médio Solimões. *Anais do XVI Simpósio Nacional de Geografia Urbana-XVI SIMPURB*, v. 1, p. 1385-1399, 2019.
- BINOTTO, Erlaine et al. A contribuição do conhecimento no espaço das propriedades rurais. *Gestão & Planejamento-G&P*, v. 13, n. 1, 2012.
- BRITO, Paula Almeida et al. Contexto cooperativo: um framework de análise para participação e deliberação. *Brazilian Journal of Development*, v. 6, n. 10, p. 84150-84171, 2020.
- BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A. B. Trabalho de Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX. In: *Cadernos de Pesquisa*, v. 34, n. 121, p. 105-138, 2004.
- SIEGEL, S.; CASTELLAN, J. N. Jr. Estatística Não Paramétrica para as Ciências do Comportamento. Artmed-Bookman. São Paulo, 2017.
- CINTRA, Soraia Veloso; COSAC, Cláudia Maria Daher. As melhores empresas para as mulheres trabalharem: o que elas dizem sobre o ambiente onde trabalham. *Fazendo Gênero 8-Corpo, Violência e Poder*. Florianópolis, 2008.

COSTA, A. P. F. da; SILVA, A. C. O Cooperativismo Como Vantagem Competitiva: Uma análise entre as sociedades Cooperativas e os Bancos Comerciais. Revista multidisciplinar de Humanidades Vassouras, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 59-74, 2010

DALFOVO, M. S., LANA, R. A., SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. Revista interdisciplinar científica aplicada, 2(3), 1-13, 2008.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GUEDES, Eduardo Rosa; VINHAS, Otávio Iost. Complexidade, cognição e conhecimento na teoria sistêmica de Niklas Luhmann. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, p. 333-346, 2021.

HRYNIEWICZ, Lygia Gonçalves Costa; VIANNA, Maria Amorim. Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais. Cadernos Ebape. BR, v. 16, p. 331-344, 2018.

MATOS, Monira; LIMA, José Raimundo; DE OLIVEIRA SANTOS, Wesclley. Cooperativismo. Revista das ITCPs, v. 2, n. 1, p. 116-131, 2022.

RESMINI, Thaísa Cristina. Aspectos comportamentais de mulheres em cargos de liderança em empresas do setor bancário. 2015.

RIOS, G. S. L.; O que é cooperativismo. Ed Brasiliense, 2017.

SALVARO, Giovana Ilka Jacinto; ESTEVAM, Dimas de Oliveira; FELIPE, Daiane Fernandes. Mulheres em cooperativas rurais virtuais: reflexões sobre gênero e subjetividade. Psicologia: ciência e profissão, v. 34, p. 390-405, 2014.

SALES, João Eder. Cooperativismo: Origens e Evolução. Revista Brasileira de Gestão e Engenharia - RBGE, v. 1, n. 1, p. 23-34, 2010.

RODRIGUES, Agatha Bhenares Alves Martins. Avaliação de usabilidade em aplicativos bancários móveis no contexto do público idoso. 2022.

ROSSI, C. A. V., BEBER, S. R. Satisfação e Lealdade: Estudo no setor de cooperativas de crédito. RAE - Revista de Administração de Empresas, 2006.

SANTOS, B. S.; Os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2002.

SATO, Carolina Tiemi. Gestão baseada em relações de confiança. **RAE eletrônica**, v. 2, 2010.

SCHNEIDER, S. Território e Abordagem Territorial: das referências cognitivas aos aportes aplicados à análise dos processos sociais rurais. Raízes, Campina Grande, v. 23, n. 01/02, p. 99-116, jan./dez. 2005.

SIEGEL, S.; CASTELLAN, J. N. Jr. Estatística Não Paramétrica para as Ciências do Comportamento. Artmed-Bookman. São Paulo, 2017.

SILVA ILHA, Paulo César. A gestão estratégica das cooperativas agroindustriais: O caso do oeste do Paraná. Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR, v. 7, n. 1, 2006.

SILVA, E. S. et al. Panorama do cooperativismo brasileiro: história, cenários e tendências. uniRcoop, Vol. 1, 2, 2003.

SILVA, Gisele Cristina Resende Fernandes. O método científico na psicologia: abordagem qualitativa e quantitativa. 2010.

SIMIONI, Flávio José et al. Lealdade e oportunismo nas cooperativas: desafios e mudanças na gestão. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 47, p. 739-765, 2009.

SIMIONI, Flávio José, et al. Lealdade e oportunismo nas cooperativas: desafios e mudanças na gestão. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 2009, 47: 739-765.

SUCUPIRA, G. I. C. S.; FREITAS, A. F.; Cooperativismo de crédito solidário: um arranjo institucional em prol do desenvolvimento local. Fortaleza/CE: Rev. Eletrônica do Proderma, vol. 06, n° 01, 2011.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, 203-220, 2014.