

PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS OBTIDOS ATRAVÉS DO COOPERATIVISMO NO SUL DE MINAS GERAIS

Lidiany dos S. SOARES¹; Roberta B. V. SILVA²

RESUMO

As cooperativas agropecuárias caracterizam-se pelos serviços prestados aos associados, com recebimento ou comercialização da produção conjunta, armazenamento e industrialização, além da assistência técnica, educacional e social. O estudo analisou a percepção dos cooperados em relação aos benefícios obtidos através das cooperativas e, ainda, a visão das cooperativas em relação a sua atuação junto aos seus cooperados, tendo como objetivo principal avaliar a importância das cooperativas no mercado agrícola para seus associados. Verificou-se que a satisfação dos cooperados está fortemente relacionada com o atendimento das demandas financeiras e de assistência técnica, sendo considerados como vantagens significativas do vínculo cooperativista. Os resultados revelaram ainda que as cooperativas desconhecem a percepção de seus cooperados em relação aos benefícios oferecidos, pouco incentivam a participação através de cursos cooperativistas e ainda nas decisões tomadas em assembleias.

INTRODUÇÃO

Necessariamente, as cooperativas são associações de pessoas que se unem, através de princípios democráticos, com o objetivo de suprir necessidades econômicas, atuando como instituição política e, paralelamente, como um empreendimento econômico em que é necessária a definição de estratégias de fortalecimento e competitividade (PINHO, 1977).

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Câmpus Machado. Machado/MG, email: lidiany.soares@ifsuldeminas.edu.br;

² Universidade José do Rosário Vellano – Unifenas. Alfenas/MG, email: bessaveloso@yahoo.com.br.

As cooperativas agropecuárias cumprem importante função sob o aspecto econômico e social, especialmente pelo fato de se apresentarem, em muitas regiões, como uma das poucas possibilidades de valorização da produção rural, através da agregação de valor, bem como da inclusão de pequenos e médios produtores em mercados onde existem barreiras à entrada de novos concorrentes.

Para que o cooperativismo seja efetivo e resulte no alcance dos objetivos de seus cooperados, surge a necessidade de conhecer a percepção destes e das cooperativas em relação aos benefícios proporcionados, a fim de subsidiar estas organizações, no planejamento de suas estratégias mercadológicas e de relacionamento com seus clientes. Este trabalho tem por objetivo contribuir para a reflexão sobre a importância das cooperativas, em especial as agropecuárias para a obtenção de vantagens no mercado agrícola pelos seus cooperados.

MATERIAL E MÉTODOS

Para o desenvolvimento do presente estudo, optou-se pelo estudo de casos múltiplos, sendo empregado o método qualitativo. A pesquisa foi classificada como descritiva e exploratória, sendo realizada junto aos cooperados, na sede das cooperativas e aos gestores das três cooperativas, denominadas neste estudo de Alfa, Beta e Gama. As cooperativas investigadas possuem atuação e cooperados em vários municípios da região Sul de Minas, com abrangência em: Cambuquira, Campanha, Carmo da Cachoeira, Cordislândia, Eloi Mendes, Heliódora, Jesuânia, Lambari, Machado, Monsenhor Paulo, Natércia, Poço Fundo, São Gonçalo do Sapucaí, Silvianópolis, Três Corações, Turvolândia e Varginha.

O levantamento dos dados primários foi feito através de questionários de pesquisa, com 29 questões, sendo entrevistados ao todo, 136 cooperados, sendo 54 da cooperativa Alfa, 39 da cooperativa Beta e 43 da cooperativa Gama.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A orientação técnica de manejo no campo é um fator relevante na relação entre a cooperativa e seus cooperados, sendo verificado que este apoio é sempre prestado em 71% dos casos.

Bialokorski (2001) afirma que, devido à escassez de capital, bastante comum na atividade agrícola, para manter um empreendimento, é necessário porte para

possibilitar a armazenagem e o processamento da produção. A estrutura para armazenamento das cooperativas investigadas e, também, para atendimento aos cooperados, foi considerada adequada por mais de 80% do grupo pesquisado.

Em relação à prática de preços das cooperativas para a venda de insumos, observou-se que 51% dos cooperados afirmaram que, às vezes, os preços são menores que os de mercado e 10% alegaram que, raramente, são menores.

O teste de Qui-quadrado, que trata da independência das variáveis (BUSSAB; MORETIN, 2003), foi realizado ao nível de 5% de significância, confirmando uma associação estatisticamente significativa entre os preços praticados pelas cooperativas e a satisfação dos seus cooperados ($P < 0,05$).

A Organização das Cooperativas Brasileiras - OCB aponta o preço dos produtos como forma de atendimento às necessidades de seus cooperados e, sobre isto, a percepção de 67% dos gestores das cooperativas em relação ao seu próprio preço praticado, comparado com o mercado, é que os preços são sempre menores que o mercado, conflitando com a visão de seus cooperados.

A pesquisa identificou que 66% dos cooperados entrevistados sempre compram na cooperativa e que, além da maioria dos cooperados adquirirem os insumos necessários nas suas cooperativas, sua relação de fidelidade estende-se para a venda da produção agrícola, pois 60% dos associados sempre negociam seus produtos nas suas cooperativas. Esta fidelidade é melhor percebida, quando 54% dos cooperados afirmaram que as cooperativas, às vezes, negociam a venda da produção depositada com melhores preços que o do mercado.

De acordo com Bialokorski (2012), quanto mais cooperados existentes em uma cooperativa, menor a sua participação, em função da dispersão geográfica e da maior divisão relativa dos direitos de decisão. Esta afirmativa se confirma neste trabalho, verificando-se, que enquanto na cooperativa Alfa, com 1400 cooperados, 52% dos entrevistados relataram que raramente ou nunca participam das assembleias, na cooperativa Gama, com 4.585 cooperados, este percentual foi de 72%. Com este entendimento, Zuurbier (1997) destaca que quanto maior for o número de associados, maiores serão os desafios para atender as suas necessidades.

De acordo com Maraschin (2004), os cooperados percebem a assistência técnica, além do acesso ao crédito e descontos obtidos, como vantagens do

cooperativismo, sendo que a percepção destas vantagens está fortemente ligada à fidelização dos produtores.

Outra vantagem obtida pelo produtor, segundo Buainain e Souza Filho (2005), é a garantia de mercado para a sua produção e a possibilidade de garantir investimentos e planejar ações. Dentre as várias vantagens apontadas pelos cooperados, a assistência técnica, a facilidade de pagamento das compras e do escoamento da produção mereceram destaque, por representarem 79%, 66% e 55% respectivamente. O atendimento preferencial é percebido em menor proporção pelos cooperados, como vantagem de se filiar a uma cooperativa.

Ao analisar separadamente as cooperativas, constata-se que, quanto maior o número de cooperados, tanto menor é a satisfação com a agilidade no atendimento, pois o nível de satisfação de 91% na menor cooperativa, decresce para 42% na maior. Verifica-se, neste aspecto, que a satisfação dos cooperados em relação à agilidade sofreu uma redução de 54% entre a maior e a menor cooperativa, enquanto a satisfação com a qualidade sofreu redução de 9%.

De modo geral, 65% dos cooperados estão totalmente satisfeitos com suas cooperativas e 28% pouco satisfeitos.

CONCLUSÕES

Pode-se concluir que a maioria dos fatores tidos como importantes no relacionamento “cooperativa x cooperado” estão presentes nas atividades de apoio e que os serviços de apoio técnico, são oferecidos pelas cooperativas e responsáveis pela satisfação dos cooperados, sendo considerados como a maior vantagem do vínculo com as cooperativas.

A estrutura física disponibilizada pelas cooperativas, é considerada adequada pela maior parte dos seus associados.

Verificou-se divergência na percepção entre cooperativas e seus associados, em relação às questões financeiras e ao relacionamento existente. Enquanto os cooperados alegam nem sempre obterem preços menores que o mercado e informações sobre o negócio, as cooperativas, em sua totalidade, alegaram facilidade de acesso e comunicação com os cooperados e atendimento a todas as questões financeiras, na maioria das vezes. Percebe-se, com isso, a necessidade de que existam benefícios e serviços que sejam perceptíveis aos cooperados, evitando,

assim, que as cooperativas sejam vistas como meras empresas comerciais do ramo agrícola.

Os cooperados mantêm uma relação de fidelidade, pois sempre adquirem insumos, vendem sua produção nas cooperativas e participam de cursos sobre cooperativismo, quando convidados.

Já em relação às Assembleias, a participação dos cooperados é, relativamente baixa, especialmente nas cooperativas com maior número de associados.

A pesquisa demonstrou, ainda, que a satisfação está fortemente relacionada ao atendimento das necessidades financeiras e de assistência técnica, sendo apontados como os maiores benefícios do vínculo cooperativista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIALOKORSKI N. S. **Economia e Gestão de organizações Cooperativas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

_____, N. S. **Agronegócio cooperativo**. In: BATALHA, M. (Org.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.

BUAINAIN, A. M.; SOUZA FILHO, H. M. **Hacia lá inclusión de los agricultores pobres em los mercados globalizados**: relatório de pesquisa para IICA. Campinas, 2005.

BUSSAB, W de O.; MORETIN, P. A. **Estatística Básica**. 5. ed. 3ª tiragem. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.

MARASCHIN, A.F. **As relações entre produtores de leite e cooperativas**: um estudo de caso na bacia leiteira de Santa Rosa – RS. 2004. 146 p. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2004.

OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras. (n.d.). **Princípios do cooperativismo**. Disponível em <<http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/ramos/index.asp>> Acesso em: 22 set. 2013.

PINHO, D. B. **Economia e cooperativismo**. São Paulo: Saraiva, 1977.

ZUURBIER, P. J. P. **União europeia e reorganização do cooperativismo europeu**. Anais do Congresso Brasileiro de Cooperativismo, Brasília, DF, Brasil, 1997. p 153-171.