
Percepção de agregação de valor das cooperativas agrícolas no olhar de especialistas e de produtores rurais cooperados



Perception of the value added of the agricultural cooperatives from the perspective of specialists and cooperative rural producers

Percepción del valor agregado de las cooperativas agrícolas en la mirada de especialistas y productores rurales cooperativos

Juliane Andressa Pavão
Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil
julianepavao@hotmail.com

Simone Bernardes Voese
Universidade Federal do Paraná (UFPR), Brasil
simone.voese@gmail.com

Estudios Rurales. Publicación del Centro de Estudios de la Argentina Rural

vol. 14, núm. 30, 2024
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
ISSN: 2250-4001
estudiosrurales@unq.edu.ar

Recepción: 26 marzo 2024
Aprobación: 25 septiembre 2024

DOI: <https://doi.org/10.48160/22504001er30.558>

Resumo: O estudo teve como objetivo identificar a percepção de agregação de valor econômico, social e ambiental em cooperativas agrícolas sob a ótica de especialistas e produtores rurais cooperados. Para tanto, foi desenvolvido um estudo exploratório, qualitativo e quantitativo, por meio do Método *Delphi*. Os achados revelam que, segundo a percepção dos produtores rurais, as cooperativas agrícolas agregam valor econômico por meio do cumprimento dos contratos firmados, da distribuição das sobras líquidas e da assistência técnica de qualidade. Agregam valor social ao incluir mulheres produtoras agrícolas em suas atividades, ao realizar cursos, palestras e treinamentos, bem como, ao impulsionar o desenvolvimento da região. E ainda, os produtores rurais percebem a agregação de valor ambiental por meio de orientações da destinação correta dos resíduos, e coletando as embalagens dos defensivos agrícolas. Os resultados da pesquisa contribuem diretamente para o ambiente do cooperativismo agrícola a fim de orientar práticas que agreguem valor econômico, social e ambiental aos produtores rurais.

Palavras-chave: Agregação de valor, Cooperativismo agrícola, Método *Delphi*.

Abstract: The study aimed to identify the perception of economic, social and environmental value added in agricultural cooperatives from the perspective of specialists and rural producers. To this end, an exploratory, qualitative and quantitative study was developed using the *Delphi* Method. The findings reveal that, according to the perception of rural producers, agricultural cooperatives add economic value through compliance with signed contracts, distribution of net surpluses and quality technical assistance. They add social value by including female agricultural producers in their activities, by holding courses, lectures and training, as well as by promoting the development of the region. Furthermore,

rural producers perceive the addition of environmental value through guidance on the correct disposal of waste and collecting pesticide packaging. The results of the research directly contribute to the environment of agricultural cooperatives in order to guide practices that add economic, social and environmental value to rural producers.

Keywords: Added value, Agricultural cooperativism, *Delphi* method.

Resumen: El estudio tuvo como objetivo identificar la percepción de agregar valor económico, social y ambiental en las cooperativas agrícolas desde la perspectiva de especialistas y productores rurales cooperativos. Para ello se desarrolló un estudio exploratorio, cualitativo y cuantitativo mediante el Método *Delphi*. Los hallazgos revelan que, según la percepción de los productores rurales, las cooperativas agrícolas agregan valor económico a través del cumplimiento de los contratos firmados, la distribución de excedentes netos y asistencia técnica de calidad. Agregan valor social al incluir a mujeres productoras agrícolas en sus actividades, mediante la realización de cursos, charlas y capacitaciones, así como impulsando el desarrollo de la región. Además, los productores rurales se dan cuenta de la agregación de valor ambiental a través de orientaciones sobre la correcta eliminación de residuos y de la recogida de envases de pesticidas agrícolas. Los resultados de la investigación contribuyen directamente al entorno cooperativo agrícola con el fin de orientar prácticas que agreguen valor económico, social y ambiental a los productores rurales. El estudio tuvo como objetivo identificar la percepción de agregar valor económico, social y ambiental en las cooperativas agrícolas desde la perspectiva de expertos y productores rurales cooperativos. Para ello se desarrolló un estudio exploratorio, cualitativo y cuantitativo mediante el Método *Delphi*. Los hallazgos revelan que, según la percepción de los productores rurales, las cooperativas agrícolas agregan valor económico a través del cumplimiento de los contratos firmados, la distribución de excedentes netos y asistencia técnica de calidad. Agregan valor social al incluir a mujeres productoras agrícolas en sus actividades, mediante la realización de cursos, charlas y capacitaciones, así como impulsando el desarrollo de la región. Además, los productores rurales se dan cuenta de la agregación de valor ambiental a través de orientaciones sobre la correcta eliminación de residuos y de la recogida de envases de pesticidas agrícolas. Los resultados de la investigación contribuyen directamente al entorno cooperativo agrícola con el fin de orientar prácticas que agreguen valor económico, social y ambiental a los productores rurales.

Palabras clave: Valor agregado, cooperativismo agrario, Método *Delphi*.

INTRODUÇÃO

As cooperativas visam satisfazer as necessidades econômicas e sociais de seus cooperados (Souza, 2017). Essas organizações apresentam dupla natureza, econômica e social (Souza, 2017), sendo que o objetivo de uma cooperativa é a prestação de serviços a seus cooperados, e não o lucro, como em uma firma de capital (Bialoskorski, 2001). Os cooperados assumem nas cooperativas, ao mesmo tempo, as funções de usuário, sendo fornecedor e cliente, também atua como proprietário, e ainda, em alguns casos, como gestor (Vilanova, 2020).

As primeiras cooperativas surgiram em Rochdale, na Inglaterra, no ano de 1844 (Bialoskorski, 2001). Essas organizações cooperativas distribuíram-se por todo o território mundial, chegando ao Brasil e se concentrando principalmente nas regiões Sul e Sudeste, que possuem agricultura mais desenvolvida e onde se localizam aproximadamente dois terços das cooperativas brasileiras (OCB, 2022). Nos anos que se seguiram, as organizações cooperativistas passam por algumas crises, como uma crise de credibilidade, devido à necessidade de manter a rentabilidade da economia capitalista, e ainda, uma crise ideológica, por causa da predominância dos valores capitalistas sobre os valores da cooperação (Bialoskorski, 2001). E ainda, houve, nos últimos anos, um aumento da concorrência, com entrada de grupos empresariais no mercado brasileiro (Sediyama et al., 2013). Nesse sentido, as cooperativas precisam buscar novas estratégias, mercados e atividades para sua permanência e sobrevivência, que fidelize e satisfaça os seus cooperados para que esses não busquem os concorrentes (Ferraz, 2017).

O objetivo de toda empresa é atender às necessidades de seus clientes. Da mesma forma, para as sociedades cooperativistas, o objetivo é a prestação de serviços de qualidade a fim de que os produtores rurais associados fiquem satisfeitos. Para isso, é necessário compreender a percepção de valor gerado pelos clientes (Gupta, 2014). Zeithaml (1988) menciona a dificuldade de se chegar a um consenso sobre a definição de valor. Inúmeras vezes, o valor proposto pela empresa não é necessariamente o mesmo percebido pelo cliente (Vilanova, 2020). Assim, percebe-se a necessidade de buscar compreender a percepção dos produtores rurais associados sobre como estes percebem o valor agregado por meio das cooperativas agrícolas. Nesse sentido, o estudo tem como objetivo identificar a percepção de agregação de valor econômico, social e ambiental em cooperativas agrícolas sob a ótica de especialistas e produtores rurais cooperados.

No contexto atual, as cooperativas são organizações representativas para economia e sociedade brasileira. Em 2020, foram mais de R\$13 bilhões em tributos que as cooperativas injetaram nos cofres públicos, além de R\$18 bilhões referentes ao pagamento de salários e outros benefícios destinados a colaboradores (OCB, 2022). As cooperativas tendem a proporcionar preços justos aos cooperados, e ainda, oferecem outros benefícios, como assistência médica, clubes de lazer, escolas, assistência técnica e distribuição de sobras. Assim, elas possibilitam uma redução nos riscos e uma agregação de valor para os produtores agrícolas que, sem ser cooperado de alguma cooperativa, não teriam acesso a esses benefícios (Bialoskorski, 2001).

Estudos anteriores foram realizados sobre o valor gerado pelas cooperativas, como Londero e Bialoskorski (2014), Figari e Bialoskorski (2015), Londero e Bialoskorski (2016) e Souza (2017). Assim, este estudo se destaca dentre os demais por apresentar uma abordagem de agregação de valor direcionada a percepção do produtor rural. Foi realizado o método *Delphi* com especialistas em cooperativismo, sendo em seguida, identificado a percepção do produtor rural no que se refere a agregação de valor econômico, social e ambiental pelas cooperativas agrícolas, contribuindo assim, com a literatura da área, uma vez que os dados são provenientes diretamente da visão dos produtores rurais e não de demonstrativos financeiros.

Espera-se contribuir para que as cooperativas agrícolas identifiquem a forma com que os produtores rurais percebem o valor econômico, social e ambiental agregado. Portanto, os resultados deste estudo podem orientar na elaboração de estratégias e atividades das cooperativas agrícolas visando a fidelização e satisfação dos cooperados. Contribui também com os produtores rurais, por identificar sua percepção de valor, proporcionando a compreensão dos seus anseios e necessidades, para que estes sejam atendidos pelas cooperativas. Ainda mais, este estudo pode contribuir auxiliando na elaboração de políticas públicas para o agronegócio do país, visto que o cooperativismo agrícola é representativo para a economia brasileira.

REFERENCIAL TEÓRICO

A dificuldade para definir o conceito de valor foi percebida no estudo de Zeithaml (1988), uma vez que o valor percebido pelo cliente é muito pessoal e traz conceitos distintos quando investigados. Analisando a percepção de consumidores, Zeithaml (1988) verificou que o valor e a qualidade não são diferenciados, sendo, por vezes, construtos determinantes no comportamento da compra e na escolha de um produto.

Seguindo os estudos de marketing, Gupta (2014) destaca que o objetivo de qualquer empresa é cativar os clientes, compreendendo suas necessidades e fornecendo produtos e serviços que atendam a essas necessidades. Portanto, é essencial entender o que os clientes valorizam a fim de que as empresas forneçam produtos e serviços a esse público condizentes com seus valores. E, acrescenta que a criação de valor para o cliente representa a diferença entre o que este paga e os benefícios que recebe. Nessa linha de raciocínio, Vilanova (2020) desenvolveu uma pesquisa utilizando as teorias de marketing referente a proposição de valor para o cliente e a percepção desse valor proposto. Em seu estudo aplicado a cooperativas de crédito, Vilanova (2020) define que o conceito de proposição de valor para o cliente contribui na determinação dos atributos de valor, que as cooperativas de crédito apresentam como diferenciais na entrega de seus produtos e serviços para os associados. O conceito de percepção de valor contribui na avaliação de como esses associados percebem o valor nos produtos, serviços ou outros benefícios ofertados pelas cooperativas de crédito.

Sob o olhar da contabilidade gerencial, em 2014, o Chartered Global Management Accountant (CGMA) publicou os Princípios Globais de Contabilidade Gerencial (PGCG), que consiste em um conjunto de padrões internacionais que orienta executivos, diretores e demais diretorias na comparação e melhoria dos seus sistemas de contabilidade gerencial, a fim de fornecer uma tomada de decisão de qualidade (CGMA, 2016). São quatro princípios apresentados pelo CGMA: influência, relevância, confiança e valor. O princípio do valor estabelece que o “impacto no valor é analisado” (CGMA, 2016, p. 3). O objetivo é simular diferentes cenários que demonstram a relação causa e efeito entre entradas e resultados durante todo o percurso de geração de valor, sendo necessário analisar os ambientes interno e externo da organização (CGMA, 2016). Para Abednazari et al. (2018), a falta de análise de cenários pela contabilidade gerencial tem como consequência a falha no alcance do sucesso organizacional, bem como a incapacidade de avaliar a criação ou perda de valor nas organizações.

Dentre os estudos anteriores relacionados ao tema, Londero e Bialoskorski (2014) destacam que as características que afetam o valor adicionado das cooperativas são a presença de agroindústria, a marca própria e apresentar como produto principal a soja. Figari e Bialoskorski (2015) salientam que a análise de desempenho de uma cooperativa apenas por meio do modelo tradicional de avaliação de desempenho das organizações não é o mais adequado, pois leva em consideração somente o lucro. Uma forma adequada dessa análise ocorre por meio da riqueza gerada, que consiste no valor econômico que é agregado aos bens e serviços adquiridos. E ainda, foi verificado no estudo de Figari e Bialoskorski (2015) que a prestação de assistência técnica agrega valor aos cooperados por meio das instruções técnicas e as devidas informações, o que pode resultar em qualidade na produção do café. Conclui-se que a sobra, como resultado econômico, não é o único meio que a cooperativa possui de agregar valor ao associado. A prestação de serviços pela cooperativa que ocorre a partir dos interesses e das necessidades dos associados também agrega valor.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O delineamento metodológico da pesquisa se deu quanto aos objetivos de forma exploratória, visto que o estudo busca identificar a percepção de agregação de valor de cooperativas agrícolas sob a ótica de especialistas e produtores rurais cooperados, que é um tema pouco explorado, sendo abordado de forma distinta na literatura. Quanto à natureza do problema, trata-se de uma pesquisa aplicada, e caracteriza-se como qualitativa e quantitativa quanto à abordagem do problema.

Foi realizada uma pesquisa de campo, sendo empregado o Método *Delphi* para o desenvolvimento do estudo. O Método *Delphi* reúne as opiniões de especialistas, buscando determinar o consenso, ou até mesmo, levantar visões distintas sobre temas complexos e abrangentes (Marques e Freitas, 2018). Algumas características desse método são: anonimato aos especialistas, feedback das contribuições individuais, construção e apresentação da resposta do grupo como um todo, e possibilidade de revisão e alteração das respostas (Yousuf, 2007).

Os dados foram coletados por meio de questionários e analisados com estatísticas descritivas e análise de conteúdo. O grupo de especialistas convidados a participar do Método *Delphi* foi constituído de dez especialistas em cooperativas agrícolas, sendo gestores, funcionários, professores e produtores rurais cooperados. A amostragem foi não probabilística, logo, os especialistas foram selecionados por conveniência, visando a experiência e o conhecimento deles na área.

O questionário eletrônico foi enviado aos especialistas da cooperativa agrícola selecionados para o Método *Delphi*. Ocorreram duas rodadas, a primeira com questões abertas e a segunda com questões fechadas em escala linear de 11 pontos (de 0 a 10). Após a agregação das respostas das duas rodadas *Delphi*, foi construído um instrumento cujo objetivo era avaliar a percepção de agregação de valor por parte dos produtores rurais associados a cooperativa.

Também após as duas rodadas do Método *Delphi*, realizou-se o pré-teste com dois gestores do cooperativismo agrícola e dois pequenos produtores rurais cooperados de cooperativas agrícolas, a fim de pré-validar o instrumento de coleta de dados desenvolvido. Com o pré-teste não foram observadas dúvidas, porém foram sugeridas a substituição de alguns termos pelos gestores. O tempo necessário para responder o questionário foi de aproximadamente 12 minutos.

Em seguida, o instrumento foi aplicado a uma população de produtores rurais associados a cooperativas agrícolas do Estado do Paraná, no Brasil. A coleta de dados aconteceu entre os meses de outubro de 2021 a fevereiro de 2022. Realizou-se o contato via whatsapp/e-mail/rede social com 15 cooperativas agrícolas paranaenses, sendo que dessas apenas 4 aceitaram participar da pesquisa e encaminhar o questionário para os produtores rurais. No total da coleta de dados, foram obtidas 86 respostas válidas dos produtores rurais, sendo que destas, 21 foram obtidas com a aplicação presencialmente na unidade da cooperativa, em dois dias de visita, a convite da própria cooperativa. O restante das respostas foi obtido por meio do Formulário eletrônico do Google. Os dados coletados por meio do questionário são analisados de forma estatística com os procedimentos evidenciados na Tabela 1.

Tabela 1
Procedimentos de análise estatística

Etapa	Procedimentos	Objetivo	Suporte teórico
1	Estatística descritiva	Descrever o conjunto de dados	Field (2009)
2	Assimetria, curtose, testes de Kolgomorov-Smirnov e Shapiro-Wilk	Verificar a normalidade dos dados	Field (2009)
3	Alfa de <i>Cronbach</i>	Medir a confiabilidade da escala	Field (2009)
4	Análise Fatorial Confirmatória	Entender a estrutura de um conjunto de variáveis	Hair (2009)

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Para análise dos dados, utilizou-se os softwares estatísticos Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 25 e JASP 0.16.1. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos do Setor de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Paraná sob o número 3922979.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

AGREGAÇÃO DE VALOR DA COOPERATIVA POR MEIO DO MÉTODO *DELPHI*

O Método *Delphi* foi aplicado aos respondentes de forma eletrônica com o uso dos recursos de e-mail e do Formulário Google. As vantagens desse método de aplicação eletrônica são a redução dos custos e tempo. E ainda, se procedeu dessa forma devido a pandemia do Covid-19 e suas medidas de distanciamento social.

O primeiro passo foi a seleção de especialistas em cooperativa agrícola, com base em sua capacidade de raciocínio e experiência sobre o tema, formando um grupo limitado e seletivo, uma vez que as questões de validade estatística da amostra e dos resultados não se aplicam no Método *Delphi* (Yousuf, 2007). Para tanto, foram selecionados dez especialistas, sendo gestores, professores, funcionários e associados de cooperativas agrícolas.

Primeiramente, foi realizado um contato inicial por meio de e-mail, a fim de apresentar brevemente a pesquisa e realizar um convite formal, explicando aos especialistas convidados o que seria exigido, o tempo necessário de participação, o objetivo do estudo e o que seria realizado com as informações coletadas. Com o aceite da participação, foi encaminhado outro e-mail contendo o link disponível para responder à primeira rodada de questões.

Na primeira rodada foi solicitado, por meio de questões abertas, que cada um indicasse, de acordo com sua experiência profissional, o que é valor e quais os fatores que agregam valor econômico, social e ambiental pelas cooperativas agrícolas. O questionário constitui-se de sete questões abertas. Os e-mails foram enviados entre os dias 24 e 31 de maio de 2021. Até o dia 7 de junho de 2021 foram obtidas as dez respostas dos especialistas.

A seguir, são apresentadas as análises das respostas de cada pergunta. A primeira pergunta foi 'O que você entende por valor?'. Em quatro das dez respostas o termo 'qualidade' está presente. A maioria da visão dos especialistas está ligada ao valor como algo não apenas financeiro ou material, mas sim, relacionado a qualidade e preço de um produto ou serviço, de forma a atender os anseios e necessidades dos interessados. O Especialista 1 coloca o cooperado no papel central do valor e assegura que, "O que representa o valor maior é o cooperado, haja visto que sem o cooperado não existe cooperativa". Já o Especialista 9 menciona que valor é "[...] algo importante e que atende aos anseios". Seguindo o mesmo raciocínio, o Especialista 8 afirma que "O valor em geral, se relaciona à credibilidade, confiança e qualidade de algo de que se acredita ou necessita".

Na segunda pergunta 'O que você entende por agregação de valor?', os especialistas entendem por melhorar um produto ou serviço existente ou, até mesmo adicionar alguma diferenciação, desde que os clientes estão dispostos a pagar.

A terceira questão perguntava 'O que é valor para a cooperativa?'. A visão dos especialistas sobre essa questão, está ligada na obtenção de um relacionamento fiel com os cooperados e na distribuição de sobras, sendo assim, o valor para a cooperativa seria suprir as necessidades dos cooperados, orientando para um negócio rentável, a fim de obter a fidelidade dos cooperados e distribuir sobras. Percebe-se que as seguintes palavras obtiveram destaque: 'cooperados', 'associados', 'rentabilidade', 'geração', 'sobras', entre outras.

Na sequência foi perguntado 'O que é valor para os cooperados?'. Nas respostas dos especialistas ficaram evidentes as palavras 'qualidade', 'preço', 'atendimento', 'orientações', 'necessidades', 'serviço', entre outras. Essas palavras-chave estão relacionadas com o objetivo principal da cooperativa, que é prestar serviços de qualidade para os seus cooperados, e não a obtenção de retorno financeiro.

A quinta pergunta foi 'Por meio de suas experiências, como você acredita que ocorre a agregação de valor econômico no contexto de uma cooperativa agrícola?'. A partir das respostas obtidas foi elaborada a seguinte nuvem de palavras.

Os e-mails com o link disponível para responder à segunda rodada foram enviados aos especialistas no dia 14 de junho de 2021, sendo que até o dia 24 do mesmo mês foram recebidas as respostas dos dez especialistas. A seguir, são apresentadas as variáveis e as estatísticas descritivas das respostas obtidas na segunda rodada do Método *Delphi*.

Tabela 2
Estatísticas descritivas para agregação de valor econômico

A cooperativa agrega VALOR ECONÔMICO...	Mé- dia	Desvio- Padrão	Máxi- mo	Míni- mo
distribuindo sobras aos associados.	7,0	4,0	10	0
por meio dos preços justos dos insumos e mercadorias vendidos aos associados.	9,1	1,3	10	6
por meio dos preços pagos aos associados pelos produtos agrícolas.	8,4	3,1	10	0
por meio da qualidade da assistência técnica fornecida.	9,4	1,9	10	4
por meio da frequência da assistência técnica fornecida.	8,7	2,5	10	3
reduzindo os custos de armazenagem e estocagem dos produtos agrícolas.	9,5	0,8	10	8
facilitando o acesso a insumos e produtos inovadores.	9,4	1,6	10	5
facilitando o acesso a novas tecnologias.	9,3	1,6	10	5

Fonte: dados da pesquisa (2022).

A variável 'A cooperativa agrega valor econômico reduzindo os custos de armazenagem e estocagem dos produtos agrícolas' é que apresenta maior média de concordância por parte dos especialistas, além de menor desvio-padrão, ou seja, as respostas não variaram em torno da média. Esse resultado sinaliza a percepção de consenso por parte dos especialistas, de que a armazenagem e estocagem dos produtos agrega valor econômico, uma vez que o produtor rural não precisa possuir um silo para armazenagem dos grãos, o que reduz os seus custos, possibilita a venda na entressafra e, com isso, agrega valor.

A variável 'A cooperativa agrega valor econômico distribuindo sobras aos associados' obteve a menor média e maior desvio-padrão, o que representa discordância entre os especialistas. Talvez o viés financeiro dos especialistas justifica tal fato, visto que o objetivo do cooperativismo é a cooperação e a prestação de serviços de qualidade aos produtores rurais cooperados. Desta forma, a missão das cooperativas não é necessariamente a distribuição de sobras, o que pode ter contribuído para as respostas divergentes. A Tabela 3 mostra as variáveis e estatísticas para agregação de valor social.

Tabela 3
Estatísticas descritivas para agregação de valor social

A cooperativa agrega VALOR SOCIAL...	Mé- dia	Desvio- Padrão	Máxi- mo	Míni- mo
por meio da inclusão de grupos como jovens produtores, mulheres e portadores de necessidades especiais.	9,7	0,9	10	7
realizando cursos, palestras e treinamentos para os cooperados e suas famílias.	9,4	1,9	10	4

incentivando a qualificação profissional.	9,7	0,7	10	8
realizando campanhas de doações para os mais necessitados.	9,4	1,6	10	5
por meio de suas ações voltadas à fidelidade, equidade, transparência e solidariedade.	9,8	0,4	10	9
impulsionando o desenvolvimento da região a qual está inserida.	9,9	0,3	10	9

Fonte: dados da pesquisa (2022).

A variável que apresentou maior concordância foi a ‘A cooperativa agrega valor social impulsionando o desenvolvimento da região a qual está inserida’, sendo que esta mesma obteve o menor desvio-padrão, com respostas concentradas em torno da média. É possível verificar a alta concordância com as variáveis de agregação de valor social, uma vez que todas elas apresentaram média superior a nove e desvio-padrão inferior a dois. Os valores sociais refletem, na prática, os princípios do cooperativismo que são: Adesão voluntária e livre; Gestão democrática; Participação econômica dos membros; Autonomia e independência; Educação, formação e informação; Intercooperação; e Interesse pela comunidade (OCB, 2022). Na sequência, a Tabela 4 apresenta as variáveis para a agregação de valor ambiental.

Tabela 4
Estatísticas descritivas para agregação de valor ambiental

A cooperativa agrega VALOR AMBIENTAL...	Mé- dia	Desvio- Padrão	Máxi- mo	Míni- mo
ao orientar o uso adequado dos defensivos agrícolas.	9,3	1,9	10	4
realizando a coleta das embalagens de defensivos agrícolas.	9,5	1,6	10	5
orientando a destinação correta dos resíduos.	9,9	0,3	10	9
ao orientar na redução de desperdícios.	9,9	0,3	10	9
orientando técnicas de preservação do solo.	9,8	0,4	10	9
por meio de orientações para a melhoria da produtividade.	9,2	1,9	10	4
por meio de fornecimento de mudas para a área de preservação ambiental.	9,7	0,7	10	8

Fonte: dados da pesquisa (2022).

É possível verificar que os especialistas concordaram mais com as variáveis ‘A cooperativa agrega valor social orientando a destinação correta dos resíduos’ e ‘A cooperativa agrega valor social ao orientar na redução de desperdícios’. Todas as variáveis apresentadas obtiveram alta média de concordância e baixo desvio-padrão, o que demonstra a aceitação destas variáveis pelo grupo de especialistas. Entre elas, orientar a destinação correta dos resíduos e orientar a redução de desperdícios foram as variáveis que obtiveram o maior consenso entre os especialistas, visto que apresentaram desvio-padrão de 0,3.

O questionário apresentava duas questões abertas ao final. A primeira questiona se havia alguma forma de agregação de valor que não tivesse sido mencionada. As respostas para esta pergunta revelaram ser adequado fazer algumas adaptações como dividir em duas a variável “A cooperativa agrega valor social por meio da inclusão de grupos como jovens produtores, mulheres e portadores de necessidades especiais”, bem como, incluir outras variáveis, que tratem de cumprimento de contratos, energia alternativa e reflorestamento, conforme evidenciado na Tabela 5. A segunda pergunta aberta foi deixado um espaço aberto para que os especialistas pudessem expor alguma discordância que possa ter surgido, porém, não houveram resposta para essa pergunta. A Tabela 5 apresenta as variáveis para a agregação de valor econômico, social e ambiental, que foram para coleta de dados com os produtores rurais cooperados.

Tabela 5

Variáveis para agregação do valor econômico, social e ambiental – modelo original

A cooperativa agrega VALOR ECONÔMICO...	
VE1	... distribuindo sobras aos associados.
VE2	... por meio dos preços justos dos insumos vendidos aos associados.
VE3	... por meio dos preços pagos aos associados pelos produtos agrícolas.
VE4	... por meio da qualidade da assistência técnica fornecida.
VE5	... por meio da frequência da assistência técnica fornecida.
VE6	... reduzindo os custos de armazenagem e estocagem dos produtos agrícolas.
VE7	... facilitando o acesso a insumos e produtos inovadores.
VE8	... facilitando o acesso a novas tecnologias.
VE9	... ao cumprir os contratos firmados.
A cooperativa agrega VALOR SOCIAL...	
VS1	... por meio da inclusão de grupos como jovens produtores.
VS2	... por meio da inclusão de grupos como mulheres produtoras.
VS3	... realizando cursos, palestras e treinamentos para os cooperados e suas famílias.
VS4	... incentivando a qualificação profissional.
VS5	... realizando campanhas de doações para os mais necessitados.
VS6	... por meio de suas ações voltadas à fidelidade, equidade, transparência e solidariedade.
VS7	... impulsionando o desenvolvimento da região a qual está inserida.
A cooperativa agrega VALOR AMBIENTAL...	
VA1	... ao orientar o uso adequado dos defensivos agrícolas.
VA2	... realizando a coleta das embalagens de defensivos agrícolas.
VA3	... orientando a destinação correta dos resíduos.
VA4	... ao orientar na redução de desperdícios.
VA5	... orientando técnicas de preservação do solo.
VA6	... por meio de orientações para a melhoria da produtividade.
VA7	... por meio de fornecimento de mudas para a área de preservação ambiental.
VA8	... ao utilizar energias alternativas, como energia solar.
VA9	... ao incentivar o reflorestamento.

Fonte: dados da pesquisa, 2022.

A seguir são apresentados os dados e análises resultantes das respostas dos produtores rurais associados a cooperativas agrícolas.

AGREGAÇÃO DE VALOR DA COOPERATIVA SEGUNDO OS PRODUTORES RURAIS

Com a coleta de dados, obteve-se 86 respostas de produtores rurais associados a cooperativas paranaenses. Os respondentes apresentaram idade média de 46 anos, sendo 90,7% do gênero masculino, 8,1% feminino e 1,2% optaram por não responder. Quando a escolaridade da amostra pesquisada, 15,1% da amostra investigada possuem ensino fundamental completo, 25,6% ensino médio completo, 32,6% ensino superior completo e 25,6% possuem pós-graduação completa. Em uma pesquisa do IBGE (2019), com produtores rurais do Brasil, 39% eram analfabetos e 43% não tinham completado o ensino fundamental. A pesquisa ressalta ainda, que as maiores taxas de analfabetismo se concentravam nos municípios das regiões Norte e Nordeste do país. Tal fato explica a diferença que foi encontrada por este estudo, podendo inferir que os produtores rurais do Estado do Paraná possuem maior nível de escolaridade.

Os dados revelam que, em média, os respondentes atuam há 28 anos como produtores rurais, sendo associados de cooperativa agrícola, em média de 18 anos. Todas as áreas plantadas dos respondentes dessa pesquisa, representam a soma de 13.261,66 hectares, e os principais produtos cultivados são a soja, milho e trigo, que são os principais produtos trabalhados pelas cooperativas. A Tabela 6 demonstra a localização dos produtores rurais.

Tabela 6
Localização dos produtores rurais

Município ES	%	Município ES	%
Maringá PR	17,44	Mariópolis PR	3,49
Assis Chateaubriand PR	13,95	Renascença PR	3,49
Honório Serpa PR	6,98	Abelardo Luz SC	2,33
Coronel Vivida PR	5,81	Astorga PR	2,33
Palma Sola SC	4,65	Floresta PR	2,33
Palmas PR	4,65	Mandaguaçu PR	2,33
Palotina PR	4,65	Mangueirinha PR	2,33
Terra Roxa PR	4,65	Pato Branco PR	2,33
Clevelândia PR	3,49	Outros	12,79

Fonte: dados da pesquisa (2022).

No que se refere à localização, os produtores rurais que participaram da pesquisa são provenientes predominantemente da região norte e oeste do Estado do Paraná, no Brasil. Os municípios de Maringá representa 17,44% dos respondentes e Assis Chateaubriand com 13,95%. No campo 'Outros' da Tabela 6, foram obtidas respostas de produtores rurais do Estado de Santa Catarina, com um respondente de cada município: Anchieta, Campo Erê, Concórdia e Galvão. Os municípios do Estado do Mato Grosso do Sul também apresentaram uma resposta para cada município, sendo Iguatemi, Baytaporã e Nova Andradina. Além dos municípios do Estado do Paraná que obtiveram apenas uma resposta cada: Palotina, Barbosa Ferraz, Ivatuba, Jaguapitã, Engenheiro Beltrão, Jussara, Terra Boa, Marialva, Iguaraçu, Querência do Norte, Itambé, São Jorge do Oeste e Sarandi. A Tabela 7 apresenta a percepção desses produtores rurais associados a cooperativas agrícolas sobre a agregação de valor econômico.

Tabela 7
Agregação de valor econômico segundo os produtores rurais

Valor Econômico	Frequência (%)										Medidas descritivas						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	M	DP	Mín	Máx	A	C
VE1	1,2	0,0	0,0	1,2	0,0	4,7	4,7	5,8	8,1	14,0	60,5	8,9	1,9	0	10	-2,3	6,2
VE2	2,3	0,0	1,2	0,0	1,2	7,0	3,5	11,6	16,3	16,3	40,7	8,3	2,2	0	10	-1,8	3,8
VE3	2,3	0,0	0,0	1,2	0,0	4,7	3,5	10,5	16,3	16,3	45,3	8,5	2,1	0	10	-2,1	5,7
VE4	0,0	0,0	1,2	0,0	2,3	1,2	5,8	5,8	14,0	14,0	55,8	8,9	1,7	2	10	-1,8	3,4
VE5	1,2	0,0	0,0	0,0	5,8	1,2	5,8	4,7	14,0	23,3	44,2	8,6	1,9	0	10	-1,9	4,3
VE6	2,3	0,0	1,2	3,5	2,3	4,7	3,5	10,5	12,8	15,1	44,2	8,2	2,4	0	10	-1,6	2,3
VE7	1,2	0,0	1,2	0,0	2,3	3,5	0,0	9,3	14,0	23,3	45,3	8,7	1,9	0	10	-2,3	6,3
VE8	0,0	0,0	1,2	1,2	0,0	1,2	4,7	4,7	20,9	20,9	45,3	8,8	1,6	2	10	-2,0	5,2
VE9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	5,8	3,5	4,7	8,1	11,6	65,1	9,1	1,6	4	10	-1,7	1,9

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Nota M – média; DP – Desvio-padrão; Min – Mínimo; Max – Máximo; A – Assimetria; C – Curtose

Segundo a percepção dos produtores rurais, conforme observa-se na Tabela 7, a cooperativa agrega valor econômico ao cumprir os contratos firmados (VE9) com a nota 10 para 65,1% dos cooperados. Esta é a variável que os produtores rurais mais percebem agregação de valor econômico, visto que se obteve a maior média observada (9,1) e maior mínimo (4), além do menor desvio-padrão, ou seja, as respostas não variaram muito em torno da média, demonstrando um consenso por parte dos respondentes. Tal fato se deve a estabilidade e confiança apresentada na relação entre a cooperativa e o cooperado, indicando que o produtor rural pode contar sempre com a cooperativa quando necessário e, que esses benefícios provindos dessa relação, se tornam em valor econômico de forma subjetiva.

Os produtores rurais também percebem maior agregação de valor econômico ao receber as sobras distribuídas pela cooperativa (VE1) com nota média de 8,9, por meio da qualidade da assistência técnica fornecida (VE4) com nota média de 8,9, como também, ao facilitar o acesso às novas tecnologias agregando valor econômico (VE8) com nota média 8,8.

A variável VE6 apresentou menor média (8,2) e maior desvio-padrão (2,4) o que indica a diferença na percepção dos produtores rurais ao atribuírem notas dispersas. Apenas 44,2% responderam com a nota 10 para a agregação de valor econômico, ao reduzir os custos de armazenagem e estocagem dos produtos agrícolas. Essa visão dispersa de agregação de valor, pode ser em decorrência de algumas cooperativas agrícolas fixarem um prazo para a venda dos produtos agrícolas, impossibilitando o produtor rural de deixar os produtos armazenados na cooperativa pelo tempo que ele achar necessário, pressionando, de certa forma, a venda dos produtos agrícolas. A Tabela 8 demonstra a percepção dos produtores rurais para a agregação de valor social.

Tabela 8
Agregação de valor social segundo os produtores rurais

	Frequência (%)										Medidas descritivas						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	M	DP	Mín	Máx	A	C
VS1	1,2	0,0	2,3	2,3	1,2	3,5	3,5	8,1	16,3	15,1	45,3	8,4	2,2	0	10	-1,8	3,2
VS2	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	3,5	3,5	7,0	14,0	16,3	54,7	9,0	1,5	3	10	-1,7	2,6
VS3	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	3,5	3,5	4,7	17,4	16,3	52,3	8,9	1,5	4	10	-1,5	1,9
VS4	1,2	0,0	0,0	0,0	1,2	5,8	2,3	3,5	17,4	20,9	47,7	8,8	1,8	0	10	-2,2	6,7
VS5	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	5,8	0,0	7,0	18,6	16,3	51,2	8,9	1,5	3	10	-1,6	2,6
VS6	0,0	0,0	0,0	1,2	1,2	4,7	3,5	3,5	18,6	14,0	53,5	8,9	1,6	3	10	-1,6	2,2
VS7	1,2	0,0	0,0	2,3	0,0	2,3	1,2	7,0	11,6	14,0	60,5	9,0	1,8	0	10	-2,6	8,3

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Nota M – média; DP – Desvio-padrão; Min – Mínimo; Max – Máximo; A – Assimetria; C – Curtose

Dentre as variáveis de agregação de valor social evidenciadas na Tabela 8, 54,7% dos produtores rurais atribuíram nota 10 para agregação de valor social pela cooperativa ao incluir grupos como mulheres produtoras (VS2). Segundo dados do Anuário do Cooperativismo Brasileiro, no ramo do agronegócio em 2021, as mulheres representam apenas 15% (OCB, 2022) e conforme os resultados obtidos nesse estudo, apenas 8,1% dos respondentes se identificaram como do gênero feminino. Desta forma, a cooperativa agrícola agrega valor social ao incluir a participação de mulheres em suas atividades, bem como, no processo de gestão. De acordo com Biff (2021), a participação feminina na produção rural vem aumentando nos últimos anos, o que foi possível devido a adoção de tecnologia no campo, já que as atividades deixaram de serem braçais, permitindo a inclusão das mulheres.

Os produtores rurais também percebem a agregação de valor social por parte da cooperativa ao realizar cursos, palestras e treinamentos (VS3), uma vez que se obteve média de 8,9 e desvio-padrão de 1,5, ou seja, percebem alto grau de agregação de valor, sendo que essa percepção é predominante e não dispersa. Os respondentes também percebem alta agregação de valor social ao impulsionar o desenvolvimento da região ao qual estão inseridos (VS7), visto que 60,5% dos produtores rurais atribuíram a nota 10 a esta variável. Tal fato se deve ao número de empregos diretos e indiretos que são gerados pelo cooperativismo agrícola.

Dentre as variáveis analisadas, a que obteve menor média (8,4) foi a cooperativa agrega valor social por meio da inclusão de grupos como jovens produtores (VS1). Esta variável obteve o maior desvio-padrão (2,2), ou seja, as respostas estão dispersas em torno da média, indicando que alguns produtores rurais que responderam à pesquisa não percebem a inclusão de jovens como agregação de valor social. Estão evidenciadas na Tabela 9 a percepção dos produtores rurais cooperados sobre a agregação de valor ambiental.

Tabela 9
Agregação de valor ambiental segundo os produtores rurais

	Frequência (%)										Medidas descritivas						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	M	DP	Mín	Máx	A	C
VA1	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	1,2	1,2	3,5	18,6	14,0	60,5	9,2	1,3	3	10	-2,2	6,6
VA2	2,3	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	1,2	1,2	7,0	7,0	80,2	9,4	1,8	0	10	-4,2	19,3
VA3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	2,3	2,3	0,0	12,8	9,3	72,1	9,4	1,3	4	10	-2,5	6,1
VA4	0,0	1,2	1,2	0,0	0,0	3,5	5,8	7,0	15,1	15,1	51,2	8,7	1,8	1	10	-1,9	4,6
VA5	0,0	1,2	0,0	1,2	0,0	0,0	2,3	4,7	15,1	19,8	55,8	9,1	1,5	1	10	-2,9	11,2
VA6	0,0	0,0	1,2	1,2	1,2	2,3	1,2	0,0	14,0	19,8	59,3	9,1	1,6	2	10	-2,7	7,7
VA7	4,7	2,3	2,3	1,2	1,2	5,8	5,8	7,0	15,1	11,6	40,7	7,8	2,9	0	10	-1,5	1,3
VA8	5,8	1,2	2,3	2,3	4,7	8,1	5,8	4,7	14,0	10,5	39,5	7,5	3,0	0	10	-1,2	0,4
VA9	3,5	1,2	1,2	3,5	3,5	7,0	3,5	7,0	11,6	18,6	38,4	7,9	2,7	0	10	-1,4	1,2

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Nota M – média; DP – Desvio-padrão; Min – Mínimo; Max – Máximo; A – Assimetria; C – Curtose

No que se refere à agregação de valor ambiental, a percepção dos produtores rurais indica que a cooperativa agrega valor orientando a destinação correta dos resíduos (VA3), apresenta a média é de 9,4, desvio-padrão de 1,3 e resposta mínima de 4, ou seja, as respostas estão concentradas em torno da média. A maioria dos respondentes (72,1% atribuíram nota 10) e percebem essa atividade da cooperativa como agregação de valor ambiental.

Na Tabela 9, destaca-se também, a percepção de alta agregação de valor ambiental nas atividades da cooperativa ao realizar a coleta das embalagens de defensivos agrícolas (VA2), sendo que 80,2% dos produtores rurais atribuíram nota 10, e ainda, ao orientar o uso adequado dos defensivos agrícolas (VA1), com média de 9,2 e desvio-padrão de 1,3, representando o consenso dessa percepção de agregação de valor ambiental.

Por outro lado, atividades como a utilização de energias alternativas, como energia solar (VA8), e o fornecimento de mudas para a área de preservação ambiental (VA7), apresentaram as menores médias para a agregação de valor ambiental (7,5 e 7,8 respectivamente) e os maiores desvios-padrão (3,0 e 2,9 respectivamente), o que indica uma divergência entre a percepção dos produtores rurais que participaram da pesquisa.

VALIDAÇÃO ESTATÍSTICA DA ESCALA ELABORADA

Com relação a normalidade dos dados, foram realizados os testes de Kolgomorov-Smirnov e Shapiro-Wilk. Os resultados apresentaram significância abaixo de 0,05 o que indica a não normalidade dos dados para todas as variáveis. A fim de medir a confiabilidade da escala desenvolvida, foi realizado o Alfa de Cronbach. Obteve-se um resultado de 0,955, sendo que segundo Field (2009) são aceitos valores acima de 0,8.

A análise fatorial pretende analisar um conjunto de variáveis, e segundo Hair et al. (2009, p. 102) seu “[...] propósito principal é definir a estrutura inerente entre as variáveis na análise”. Para tanto foi realizada a análise fatorial confirmatória, a fim de avaliar e validar a estrutura das variáveis obtidas por meio do Método *Delphi*. O modelo original não apresentou os indicadores de ajuste adequados, sendo necessário a exclusão de 15 variáveis para a obtenção do ajuste do modelo. A Tabela 10 apresenta os resultados do Teste do Qui-quadrado para o modelo original e ajustado.

Tabela 10
Teste Qui-quadrado

	Modelo original			Modelo ajustado		
	X ²	Df	p	X ²	df	p
Modelo de linha de base	2.487.945	300		540.280	45	
Modelo de fator	808.250	272	< .001	41.488	32	0.122

Fonte: dados da pesquisa (2022).

É recomendado que o valor p do Teste do Qui-quadrado seja maior que 0,05. Dessa forma, conforme a Tabela 10, verifica-se que, no modelo original, o valor p era menor que 0,05. Com a exclusão das variáveis, o modelo obteve valor p de 0,122, indicando adequação. A Tabela 11 evidencia os índices de ajustes do modelo original e ajustado.

Tabela 11
Índices de ajustes

Índices de ajuste	Modelo Original	Modelo ajustado	Referências (Hair <i>et al.</i> , 2009)
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	0.755	0.981	Acima de 0,90
<i>Bentler-Bonett Normed Fit Index</i> (NFI)	0.675	0.923	Acima de 0,90
<i>Tucker-Lewis Index</i> (TLI)	0.730	0.973	Acima de 0,90
<i>Root meansquare error of approximation</i> (RMSEA)	0.154	0.059	Abaixo de 0,10
RMSEA 90% CI <i>lowerbound</i>	0.142	0.000	Abaixo de 0,10
RMSEA 90% CI <i>upperbound</i>	0.166	0.105	Abaixo de 0,10
<i>Goodness of fit index</i> (GFI)	0.600	0.919	Próximo a 1,00

Fonte: dados da pesquisa (2022).

No que se refere aos índices de ajustes apresentados na Tabela 11, verifica-se que após os ajustes no modelo, todos eles se adequaram aos valores referenciais propostos por Hair *et al.* (2009). A Tabela 12 apresenta as variáveis de agregação de valor econômico, social e ambiental do modelo ajustado.

Tabela 12
Variáveis para agregação de valor econômico, social e ambiental – modelo ajustado

A cooperativa agrega VALOR ECONÔMICO...	
VE2	... por meio dos preços justos dos insumos vendidos aos associados.
VE4	... por meio da qualidade da assistência técnica fornecida.
VE6	... reduzindo os custos de armazenagem e estocagem dos produtos agrícolas.
VE9	... ao cumprir os contratos firmados.
A cooperativa agrega VALOR SOCIAL...	
VS1	... por meio da inclusão de grupos como jovens produtores.
VS3	... realizando cursos, palestras e treinamentos para os cooperados e suas famílias.
VS4	... incentivando a qualificação profissional.
A cooperativa agrega VALOR AMBIENTAL...	
VA2	... realizando a coleta das embalagens de defensivos agrícolas.
VA3	... orientando a destinação correta dos resíduos.
VA4	... ao orientar na redução de desperdícios.

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Como resultado da análise fatorial confirmatória e do ajuste do modelo, obteve-se as variáveis apresentadas na Tabela 12, sendo composto por quatro variáveis para mensurar a percepção de agregação de valor econômico, três variáveis para mensurar a percepção de valor social, e por fim, mais três variáveis para mensurar a percepção de agregação de valor ambiental, resultando no total em dez variáveis. Foi realizado novamente o Alfa de Cronbach apenas para essas variáveis do modelo ajustado e obteve-se um resultado de 0,886, o que indica uma ótima consistência interna do modelo, pois de acordo com Field (2009) são aceitos valores acima de 0,8.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo identificar a percepção de agregação de valor econômico, social e ambiental em cooperativas agrícolas sob a ótica de especialistas e produtores rurais cooperados. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória por meio do Método *Delphi*, no qual foram analisadas as opiniões de dez especialistas. E ainda, realizou-se um levantamento, que obteve a resposta de 86 produtores rurais associados a cooperativas agrícolas.

Segundo a visão dos especialistas, a agregação de valor econômico está relacionada à distribuição de sobras, assistência técnica fornecida e redução de custos, como o de armazenagem. Para os produtores rurais cooperados, as cooperativas agrícolas agregam valor econômico ao cumprir os contratos firmados, ao fornecer assistência técnica de qualidade e ao distribuir as sobras líquidas.

Os especialistas percebem a agregação de valor social, por meio do incentivo a qualificação profissional e pela inclusão de grupos, como mulheres e jovens produtores rurais. As cooperativas agregam valor social, na visão dos produtores rurais, ao incluir mulheres produtoras rurais em suas atividades, ao realizar cursos, palestra e treinamentos, bem como, ao impulsionar o desenvolvimento da região.

No que se refere à agregação de valor ambiental, os especialistas destacam que a cooperativa agrega valor por meio de orientações para reduzir desperdícios, uso correto dos agrotóxicos, destinação correta de resíduos, melhoria da produtividade, preservação do solo, entre outros. Já na visão dos produtores rurais cooperados, destaca-se a agregação de valor social por meio de orientações da destinação correta dos resíduos e coletando as embalagens dos defensivos agrícolas.

A pesquisa desenvolveu um instrumento que mensura a agregação de valor econômico, social e ambiental no contexto do cooperativismo, podendo ser utilizada na investigação em outras regiões. Contribui também de forma teórica com a literatura da área, trazendo a percepção dos produtores rurais para a ampliação do conceito de agregação de valor, e ainda, com enfoque em uma mensuração de agregação de valor econômico não monetário.

De forma prática, os achados deste estudo contribuem para as cooperativas agrícolas, a fim de orientar suas atividades, processos e gestão, para agregar mais valor aos produtores rurais cooperados. Contribui com os produtores rurais cooperados, uma vez que, teve sua percepção identificada, as cooperativas podem adotar práticas que atendam essas percepções resultando em satisfação e fidelidade dos cooperados. Além de contribuir para o público em geral, por meio, da identificação de atividades que agregam valor econômico, social e ambiental.

Dentre os obstáculos enfrentados no decorrer da pesquisa, pode-se mencionar as poucas cooperativas que apoiaram a pesquisa, o difícil acesso aos produtores rurais, que muitas vezes não aceitavam, ou ainda, não possuíam tempo para participar da pesquisa. Sendo assim, uma das principais limitações desse estudo, foi imposto pelo método adotado, impossibilitando a generalização dos resultados.

Sugere-se para futuras pesquisas, estudos em profundidade, a fim de compreender melhor a percepção dos produtores rurais sobre a agregação de valor, e ainda, a partir do instrumento elaborado nessa pesquisa, sugere-se investigações de correlação e influência com características pessoais dos produtores rurais, ferramentas de gestão de custos, além de outros aspectos no relacionamento entre a cooperativa e cooperados.

Referências

- Abednazari, M., Roodposhti, F. R., Nikoumaram, H., e Pourzamani, Z. (2018). A Critical View of Global Management Accounting Principles. *International Journal of Finance e Managerial Accounting*, 3(9), 17-27.
- Bialoskorski Neto, S. (2001). *Agronegócio cooperativo*. En: Batalha, M. O. (coord.). (2001). *Gestão agroindustrial*. Atlas.
- Biff, M. (2021). *Dia da mulher: “Avançamos muito mas ainda há bastante a conquistar no agro”*. <https://www.mulheresdoagro.com.br/sem-categoria/dia-da-mulher-avancamos-muito-mas-ainda-ha-bastante-a-conquistar-no-agro/>
- CGMA (2016). *Princípios Globais de Contabilidade Gerencial*. www.cgma.org
- Ferraz, L. Z. T. (2017). *Percepção das ações de cocriação de valor em cooperativas agropecuárias*. [Tese de doutorado]. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Field, A. (2009). *Descobrimo a estatística usando o SPSS* (2. ed). Artmed.
- Figari, A. K. P., e Bialoskorski Neto, S. (2015). Agregação de valor e distribuição de riqueza aos produtores rurais: o caso de uma cooperativa de cafeicultores. *Revista de Gestão e Organizações Cooperativas*, 2(4), 99-114.
- Gupta, S. (2014). Marketing Reading: Creating Customer Value. *Core Curriculum Readings Series*. Harvard Business Publishing.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., e Tatham, R. L. (2009). *Análise Multivariada de Dados* (6. ed). Bookman.
- IBGE (2019). Retratos do Brasil Rural: modernização da agropecuária contrasta com baixa escolaridade. <https://censos.ibge.gov.br/2013-agencia-de-noticias/releases/14300-asi-retratos-do-brasil-rural-modernizacao-da-agropecuaria-contrasta-com-baixa-escolaridade.html>
- Londero, P. R., e Bialoskorski Neto, S. (2014). Identificação de Características das Cooperativas Agropecuárias que Influenciam a Geração de Valor Adicionado. *Revista de Gestão e Organizações Cooperativas*, 1(1), 01-11.
- Londero, P. R., e Bialoskorski Neto, S. (2016). Demonstração do valor adicionado como instrumento de evidênciação do impacto econômico e social das cooperativas agropecuárias. *Organizações Rurais e Agroindustriais*, 18(3).
- Marques, J. B. V., e Freitas, D. D. (2018). Método DELPHI: caracterização e potencialidades na pesquisa em Educação. *Pro-Posições*, 29, 389-415.
- OCB (2020). Números do cooperativismo. <https://www.ocb.org.br/numeros>
- OCB (2022). Anuário do Cooperativismo Brasileiro. <https://somoscooperativismo.coop.br/publicacoes-representacao/anu-rio-do-cooperativismo-brasileiro>
- Sediyama, A. F., Castro Júnior, L. G. D., Calegario, C. L. L., e Siqueira, P. H. D. L. (2013). Análise da estrutura, conduta e desempenho da indústria processadora de soja no Brasil no período de 2003 a 2010. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 51, 161-182.
- Souza, J. (2017) *Determinantes da criação de valor das cooperativas agropecuárias de Mato Grosso do Sul*. [Dissertação Mestrado em Administração] – Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2017.

- Vilanova, F. C. (2020). *As barreiras para o desenvolvimento das cooperativas de crédito no Brasil: uma perspectiva a partir da percepção de valor dos usuários de serviços financeiros*. [Dissertação de mestrado] Programa de Pós-graduação de Gestão e Negócios, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, RS, Brasil.
- Yousuf, M. I. (2007). Using experts opinions through Delphi technique. *Practical assessment, research, and evaluation*, 12(1), 4.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/journal/181/1815011017/1815011017.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Juliane Andressa Pavão, Simone Bernardes Voese

Percepção de agregação de valor das cooperativas agrícolas no olhar de especialistas e de produtores rurais cooperados

Perception of the value added of the agricultural cooperatives from the perspective of specialists and cooperative rural producers

Percepción del valor agregado de las cooperativas agrícolas en la mirada de especialistas y productores rurales cooperativos

Estudios Rurales. Publicación del Centro de Estudios de la Argentina Rural

vol. 14, núm. 30, 2024

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
estudiosrurales@unq.edu.ar

ISSN: 2250-4001

DOI: <https://doi.org/10.48160/22504001er30.558>