

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

**VALORES INDIVIDUAIS E ORGANIZACIONAIS: O CASO DA COOPERATIVA DE CRÉDITO CRESOL DE  
FREDERICO WESTPHALEN/RS<sup>1</sup>**

**INDIVIDUAL AND ORGANIZATIONAL VALUES: THE CASE OF THE CREDIT COOPERATIVE OF FREDERICO  
WESTPHALEN / RS**

**Josiele Maria Fão<sup>2</sup>, Eliane Felin<sup>3</sup>, Sandro Wiechork<sup>4</sup>, Claudia Cristina Wesendonck<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Pesquisa Institucional desenvolvida no Programa de Graduação Administração: Gestão Pública, vinculado a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul - UERGS

<sup>2</sup> Bolsista PROSUC/CAPES, aluna do curso de mestrado em Desenvolvimento Regional, da UNIJUI. Graduada em Administração (2010), Graduada em Administração: Gestão Pública (2016), Especialista em Gestão Empresarial (2012), Especialista em Liderança e Sustentabilidade (2017).

<sup>3</sup> Aluna do curso de Administração Pública, da UERGS.

<sup>4</sup> Mestre em em Desenvolvimento Regional e Agronegócios pela UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Toledo/PR.

<sup>5</sup> Professora Adjunta do curso de Administração Pública da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul - UERGS, Doutora em Desenvolvimento Regional e Agronegócios pela UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Toledo/PR.

## **RESUMO**

O Cooperativismo de Crédito é um segmento que vêm se fortalecendo nas últimas décadas, se tornando um setor para o desenvolvimento econômico do País. O presente estudo, realizado na Cooperativa Cresol de Frederico Westphalen-RS, buscou analisar a relação dos valores individuais e organizacionais de seus Associados com a Cooperativa. Quanto ao método, a pesquisa se classifica como quantitativa descritiva. Na coleta de dados, foi utilizado um questionário composto de variáveis relacionadas ao comprometimento, valores e cooperativismo, sendo que neste momento se dará ênfase as duas últimas variáveis. A Escala de Bases de Comprometimento Organizacional, referenciada por EBACO, foi construída e validada em 2003, por Carlos Alberto Freire Medeiros, pesquisador e professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Para este trabalho foram entregues aleatoriamente 293 instrumentos aos associados, obtendo retorno de 234 instrumentos. Os principais resultados destacam-se: Que a grande maioria dos entrevistados são do gênero masculino com faixa etária entre 18 e 38 anos, casados, exercendo atividades rurais e com base salarial de até dois salários mínimos. Quanto a variável valores destaca-se que 10, de 15 afirmativas, estão com porcentagem acima de 60% para a alternativa concordo totalmente, mostrando que os valores da cooperativa estão alinhados com os valores dos associados. Por fim, é importante destacar que o estudo apresenta de inovações, corroborando com a cooperativa e com o cooperativismo de maneira geral, pois através dos resultados apresentados têm-se um melhor entendimento sobre o pensamento dos associados perante a organização a qual eles fazem parte.

**Palavras-Chave:** Cooperativismo; Valores Organizacionais; Valores Individuais.

## **ABSTRACT**

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

Credit Cooperativism is a segment that has been strengthening in the last decades, becoming a sector for the country's economic development. The present study, carried out in the Cresol Cooperative of Frederico Westphalen-RS, sought to analyze the relation of the individual and organizational values of With the Cooperative. As for the method, the research is classified as quantitative descriptive. In the data collection, a questionnaire composed of variables related to commitment, values and cooperativism was used, and at this moment the last two variables will be emphasized. The Baseline Organizational Engagement Scale, referenced by EBACO, was built and validated in 2003 by Carlos Alberto Freire Medeiros, a researcher and professor at the Federal University of Rio Grande do Norte. For this work, 293 instruments were randomly delivered to the associates, obtaining a return of 234 instruments. The main results stand out: That the great majority of the interviewees are of the masculine gender with age range between 18 and 38 years old, married, exercising rural activities and with salary base of up to two minimum salaries. As for the variable values, it is worth noting that 10 out of 15 affirmations are with percentage above 60% for the totally agreed alternative, showing that the values of the cooperative are in line with the values of the associates. Finally, it is important to highlight that the study presents innovations, corroborating with the cooperative and cooperativism in general, because through the results presented have a better understanding about the thinking of the members before the organization to which they are part.

**Keywords:** Cooperativism; Organizational Values; Individual Values.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história sempre houve indícios de cooperação entre as pessoas, visando atingir determinados objetivos comuns e também para enfrentar os próprios desafios da vida, normalmente relacionados à economia e à sua sobrevivência. Em tempos de crise pessoas que não conseguiam comprar o seu alimento, juntavam o pouco que tinham com outras pessoas, formando um grupo e conseguindo então adquirir o alimento que satisfizesse a todas as pessoas.

De acordo com Piaceski e Gnoatto (2012), a sociedade Cooperativa é um tipo de sociedade de pessoas, sem fins lucrativos, regulada por lei especial e que se destina unicamente à prestação direta de serviços aos associados, onde o cooperado é ao mesmo tempo, dono e usuário do “empreendimento”. Ainda segundo os autores citados, existem modelos de pequenas cooperativas que têm seguido de forma fiel o princípio do cooperativismo cuja

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

gestão participativa apresenta uma estrutura funcional enxuta de funcionários e unidade, que valoriza e fortalece o associado e não a estrutura física, pois na visão destes modelos é importante ter sócios fortalecidos e sua estrutura deve ser simples e ágil a serviço dos associados.

As sociedades cooperativas podem, tendo como fim a viabilização da atividade de seus associados, adotar qualquer objeto, respeitando-se as limitações legais no sentido de não exercerem atividades ilícitas ou proibidas em lei. Vale lembrar que o ingresso nas cooperativas é livre a todos que desejarem utilizar os serviços prestados por ela, desde que adiram aos propósitos sociais e preencham as condições estabelecidas no estatuto da cooperativa. Os objetivos sociais mais utilizados em sociedades cooperativas são os seguintes: Agropecuário, Crédito, Consumo, Educacional, Habitacional, Infraestrutura, produção, Saúde, Trabalho e Transporte. (OCERGS SESCOP/RS 2012).

Segundo Piaceski e Gnoatto (2012), o conceito vigente que se tem do cooperativismo é que ele pode ser exercido somente por grandes estruturas (física, quadro societário e de funcionários...), mas o significado de cooperação é bem mais amplo e contempla inclusive as pequenas iniciativas de grupos de pessoas que vêm nesta forma de organização um meio de constituir uma empresa de forma que legalize seus negócios, e oportunize que se instituem empresas coletivas para diluir seus custos e encargos fiscais, mesmo que estas não possuam grande estrutura física, funcional e de funcionários.

Conforme Buttenbender (2009, p. 16), as cooperativas são organizações democráticas, nas quais os associados se agrupam principalmente para satisfazer suas necessidades. Os princípios cooperativos são as diretrizes por meio das quais as cooperativas põem em prática seus valores, os quais estão muito relacionados à governabilidade. Ainda segundo Buttenbender (2009), não é suficiente perguntar se todos os cooperativistas conhecem os textos dos princípios e dos valores cooperativos, mas é importante saber se os cooperativistas observam o espírito desses princípios e se os praticam permanentemente.

A base de sustentação da filosofia cooperativista pressupõe a utilização de uma gestão participativa, pois o associado assume duplo papel: co-proprietário e usuário (cliente) ao mesmo tempo. Desta forma, as cooperativas, para que possam representar satisfatoriamente os interesses econômicos dos seus associados, têm de adotar uma estrutura organizacional democrática baseada nos princípios da gestão participativa, em que a premissa "cada homem, um voto", princípio maior do cooperativismo, seja observada (LEITE e MACHADO, 2002).

Schulze (1987) afirma que nesse tipo de organização o associado como dono do

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

empreendimento deve harmonizar sua participação quanto aos aspectos político, econômico e gerencial. Dessa forma, pode definir seus objetivos e metas, seu capital e suas operações, bem como efetivar suas relações com o mercado. As cooperativas são um dos únicos setores da economia cuja doutrina tem sua ênfase no equilíbrio entre o econômico e o social, além dos desafios que muitas vezes são impostos pelos mercados, tendo ainda que preservar suas relações com os cooperados, que são, ao mesmo tempo, donos, clientes e fornecedores. Assim, poderão cumprir com o seu papel principal de atender os anseios coletivos em detrimento dos anseios individuais.

Dessa forma, o comportamento organizacional dentro das cooperativas vem acompanhado de um dos princípios do cooperativismo que segundo Domingues (2002), é a educação, formação e informação, principalmente para estímulo e conscientização do papel do cooperado quanto à participação. Ao mesmo tempo, Nascimento (2000), reforça a importância da participação apontando que a maioria dos problemas enfrentados pelas cooperativas, inclusive financeiros e gerenciais, podem ser resolvidos com a maior participação de todos os associados, e isto passa pela educação, onde essa “ferramenta” é tida pelo autor como um meio para estimular a participação para resolução desses problemas.

Nas cooperativas, o cooperado é, ao mesmo tempo fornecedor e proprietário da organização. A relação cooperado-cooperativa é portanto muito mais complexa, envolvendo o fornecimento de produtos e o recebimento de serviços, o pagamento desses produtos, e eventualmente a distribuição de sobras operacionais. Destarte, o cooperado passa a ser agente e principal da mesma relação contratual, participando do processo de decisão e se “autocontratando” para fases superiores a esse processo. (BIALOSKORSKI NETO et al., 1999).

Neste trabalho busca se compreender se a organização consegue transmitir e deixar claro os valores que ela possui e se os associados da Cooperativa Cresol conseguem ter a percepção e se concordam com esses mesmos valores.

## **2 METODOLOGIA**

A presente pesquisa classifica-se como quantitativa descritiva. O tratamento dos dados na abordagem quantitativa é marcado pela quantificação dos eventos, a partir de análises estatísticas, pois “[...] utiliza a descrição matemática como linguagem, ou seja, a linguagem matemática é utilizada para descrever as causas de um fenômeno [...]” (TEIXEIRA, 2007 p. 136). O processo de quantificação na abordagem quantitativa ocorre de modo similar, portanto, nos processos de coleta

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

e de análise dos dados.

Chizzotti (2006), ao discorrer sobre abordagens de pesquisa, ressalta que a pesquisa quantitativa é privilegiada no contexto das ciências naturais em face dos objetos naturais serem passíveis de testagem com critérios rígidos, caracterizando-se por pressupor que a natureza é uniforme. A pesquisa quantitativa, utilizada neste trabalho, é um meio indicado para testar teorias objetivas, examinando relações entre as variáveis.

Análise descritiva é a etapa utilizada para descrever e resumir os dados. Fornece resumos simples das observações que foram feitas. Compreende a verificação dos dados para resumi-los ou descrevê-los. O processo descritivo visa à identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo. Esse tipo de pesquisa pode ser entendido como um estudo de caso onde, após a coleta de dados, é realizada uma análise das relações entre as variáveis.

De acordo com Gil (2002), a análise descritiva tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população. Uma das suas características expressivas é a coleta de dados por meio de questionários e observação. Os resultados apresentados estão baseados na média. Para a coleta de dados foi utilizado o instrumento Escala de Bases do Comprometimento Organizacional (EBACO), que é uma escala composta por vinte e oito itens para mensurar o comprometimento organizacional, sendo quatro para cada uma de suas sete bases, respectivamente. As bases são: afetiva (comprometimento afetivo), obrigação em permanecer (comprometimento normativo), obrigação pelo desempenho (comprometimento normativo), afiliativa (comprometimento afiliativo), falta de recompensas e oportunidades (comprometimento instrumental), linha consistente de atividades (comprometimento instrumental) e escassez de alternativas (comprometimento instrumental). Esta ampliação do número de bases de comprometimento surge de estudos sobre a dimensionalidade das bases instrumental e normativa, com evidência de que estas duas bases são integradas por fatores distintos empírica e conceitualmente (BASTOS *et al*, 2008).

A avaliação baseada na escala de comprometimento deve ser aplicada individualmente, no entanto, os resultados devem ser interpretados em conjunto, uma vez que a literatura revela que grande parte do comprometimento no trabalho é influenciada pelas variáveis organizacionais (BASTOS *et al*, 2008). Para se calcular e interpretar os dados obtidos na escala deve-se calcular a média das respostas dadas a cada item, multiplicando a média encontrada pelo peso correspondente de cada indicador, somando os resultados encontrados e comparando-os com os níveis das bases de comprometimento organizacional.

A interpretação dos resultados por meio da utilização da EBACO permite que sejam relacionados os graus de comprometimento (de baixo a alto) com a perspectiva de desempenho organizacional. Tal relação se dá pelo fato de que, para um desempenho organizacional eficiente é desejável alto comprometimento das pessoas na organização no que se refere às bases afetivas, afiliativa, obrigação em permanecer e obrigação pelo desempenho. Em contrapartida, espera-se também baixo

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

comprometimento dos membros nas demais bases: escassez de alternativas, falta de recompensas e oportunidades e linha consistente de atividades (BASTOS *et al*, 2008). Por meio do instrumento de pesquisa utilizado com 234 associados da Cooperativa Cresol de Frederico Westphalen, obtiveram-se os dados e resultados a seguir apresentados.

### **3 DESENVOLVIMENTO, RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Neste item, apresentam-se, alguns pontos relevantes sobre a cooperativa de crédito Cresol de Frederico Westphalen, buscando tratar sobre o cooperativismo, valores organizacionais e individuais.

#### **3.1 Valores**

Os valores podem ser considerados uma característica de um indivíduo ou de uma certa organização, determinam a forma como esses se comportam e interagem no ambiente em que estão inseridos. Para (Rokeach, 1973) “valores são crenças duradouras sobre formas específicas de comportamentos sociais ou sobre estados abstratos de existência.”

Os principais componentes de uma organização são seus papéis, suas normas e seus valores. Esses três elementos definem e orientam o funcionamento da empresa. Os papéis prescrevem a forma de comportamento associado a determinadas tarefas, diferenciam os cargos e atribuem status aos indivíduos. As normas são expectativas transformadas em exigências e juntamente com os valores são elementos de integração, uma vez que todos os praticam. Os valores são as metas de cada um (KATZ e KHAN, 1978).

Os valores têm suas raízes no aspecto motivacional, uma vez que expressam os desejos de alguém, por exemplo, o dono, o fundador ou um gerente, representando desta forma, as metas da empresa. Os valores funcionam como uma espécie de cola, que vincula as pessoas ao sistema organizacional. As normas dizem quais são os comportamentos esperados e os valores as justificam (TAMAYO e SCHWARTZ, 1993).

#### **3.2 Valores organizacionais**

As organizações expressam seus valores de diversas formas: em seus estatutos, nas reuniões dos conselhos diretivos, em suas publicações, nas declarações públicas de seus representantes, em seus sítios na internet. Essas são as expressões formais de seus valores, aqueles que realmente estão expostos em um quadro em frente à porta de entrada e que fazem parte da imagem pública da

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

organização.

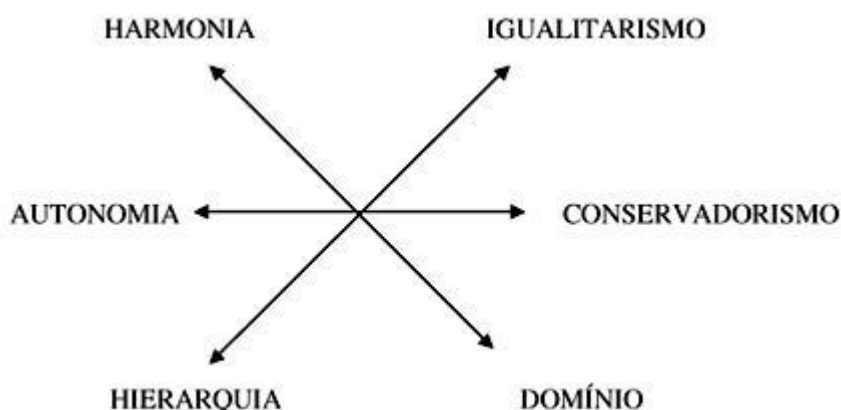
Os valores organizacionais, não são a soma dos valores pessoais de cada um dos membros da organização. Os reais valores organizacionais são aqueles percebidos pelos empregados como sendo característicos da organização. São os princípios ou crenças compartilhadas pelos empregados e que orientam a vida da organização (TAMAYO, 1998).

Ainda Tamayo (1998), afirma que o sistema de valores da organização não é idêntico ao sistema de valores pessoais de seus empregados, podendo inclusive, ser conflituooso, porém a convergência dos empregados na percepção dos valores organizacionais é de grande importância na forma como a missão e os objetivos da empresa serão executados e como a estratégia adotada para atingi-los é percebida pelos seus colaboradores.

Uma das funções dos valores organizacionais é criar entre os empregados modelos mentais compatíveis com a missão e as metas da organização, possibilitando aos empregados que se comportem de forma coerente com esses objetivos. Uma segunda função dos valores organizacionais é auxiliar na construção da identidade social da organização, distinguindo-a de outras organizações e ainda atuar como mediadores nos conflitos da organização, garantindo assim sua sobrevivência (OLIVEIRA e TAMAYO, 2004).

Os valores organizacionais podem ser analisados a partir das metas, missão da empresa e outros documentos oficiais, porém essa metodologia pode levar a conclusões incompletas, uma vez que nem sempre são os valores praticados, ou compartilhados pela maioria dos funcionários. Pode haver uma diferença entre os valores empossados da organização e os valores individuais dos empregados (TAMAYO, MENDES e PAZ, 2000).

Figura 1. Estrutura teórica dos valores organizacionais.



**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

De acordo com Tamaio, Mendes e Paz (2000), pode-se postular que a multiplicidade de valores existentes nas diversas organizações se estrutura em torno de poucas motivações. Os valores organizacionais se estruturam em torno das três dimensões bipolares: autonomia *versus* conservadorismo, hierarquia *versus* igualitarismo, domínio *versus* harmonia. Desta maneira, os valores organizacionais podem ser classificados em seis tipos motivacionais definidos pelos polos destas três dimensões (Figura 1).

### 3.3 Valores individuais

Pesquisas recentes realizadas em mais de 60 países têm revelado que os valores humanos apresentam uma estrutura baseada em metas perseguidas pelos indivíduos (SCHWARTZ, 1992, 1994; TAMAYO e SCHWARTZ, 1993). A multiplicidade de valores pessoais agrupa-se em torno de dez motivações básicas apresentadas na Tabela 01.

Os valores são considerados como metas motivacionais que expressam alvos que a pessoa quer atingir na sua vida. Schwartz e Bilsky (1990), com base nesta perspectiva, postularam várias motivações subjacentes aos valores das pessoas. Os resultados de pesquisas transculturais realizadas em numerosos países de todos os continentes identificaram dez motivações, praticamente presentes em todos os países participantes, sugerindo assim a quase universalidade dessa tipologia motivacional (SCHWARTZ, 1994; TAMAYO e SCHWARTZ, 1993).

A Tabela 01 apresenta as dez motivações, bem como as suas metas específicas. Como pode ser observado nesta tabela, as metas dos cinco primeiros tipos motivacionais visam a alvos que se relacionam direta e fundamentalmente com a própria pessoa, tais como o prazer, o sucesso e o prestígio. As metas dos tipos motivacionais tradição, conformidade e benevolência visam a satisfazer interesses mais diretamente relacionados com a família, o grupo de referência e a sociedade. Finalmente, as metas de universalismo e segurança referem-se a interesses tanto da própria pessoa quanto dos outros. Os dez tipos motivacionais expressam a estrutura motivacional da pessoa. Esta estrutura está composta por conjuntos motivacionais que parecem estar presentes em indivíduos de todas as culturas. Cada conjunto motivacional tem metas específicas. A estrutura motivacional não é estática, ela é dinâmica, e os seus componentes motivacionais relacionam-se entre si por meio de diversas polaridades.

**Tabela 1:** Tipos Motivacionais de Valores





**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

TIPOS	METAS	SERVE INTERESSE
Hedonismo	Prazer e gratificação sensual para si mesmo.	Individuais
Realização	O sucesso pessoal obtido por meio de uma demonstração de competência.	Individuais
Poder Social	Controle sobre pessoas e recursos, prestígio.	Individuais
Autodeterminação	Independência de pensamento, ação e opção.	Individuais
Estimulação	Excitação, novidade, mudança, desafio.	Individuais
Conformidade	Controle de impulsos e ações que podem violar normas sociais ou prejudicar aos outros.	Coletivos
Tradição	Respeito e aceitação dos ideais e costumes da sociedade.	Coletivos
Benevolência	Promoção do bem-estar das pessoas íntimas.	Coletivos
Segurança	Integridade pessoal, estabilidade da sociedade, do relacionamento e de si mesmo.	Mistos
Universalismo	Tolerância, compreensão e promoção do bem-estar de todos e da natureza.	Mistos

Fonte: Tamayo e Paschoal (2003) e Demo (2008).

Existem diferenças importantes entre os valores pessoais e os valores organizacionais. Estes últimos referem-se a princípios e metas de um grupo, de uma organização. Trata-se, portanto, de metas coletivas, de metas compartilhadas no grupo. Assim, as duas categorias de valores, pessoais e organizacionais, expressam metas: a primeira, metas da pessoa e, a segunda, da organização. Tanto os valores organizacionais quanto os pessoais são princípios que orientam e guiam a vida de pessoas e de grupos. No caso da organização, os valores orientam a vida organizacional, o comportamento de gestores e empregados, sustentam as atitudes, motivam para a obtenção de metas e objetivos, determinam as formas de julgar e avaliar comportamentos e eventos organizacionais, e influenciam o clima da organização e a tomada de decisões organizacionais (TAMAYO, 1999). O conhecimento dos valores de uma organização, portanto, permite predizer o funcionamento da mesma e o comportamento organizacional dos seus membros.

Os valores pessoais e os valores organizacionais constituem dois sistemas bem consolidados. As características gerais dos valores são comuns aos dois sistemas. Assim, do ponto de vista conceitual, ambos apresentam componentes motivacional, cognitivo, hierárquico e social. Contudo, na base de toda organização encontra-se o inevitável conflito entre os interesses do indivíduo e do grupo. Frequentemente estes interesses têm sido apresentados como sendo irreconciliáveis. Teorias elaboradas para explicar a integração do indivíduo ao seu ambiente de trabalho falam de adaptação (*adjustment*), acomodação (*acomodation*), adequação (*fit*), encaixe (*match*) e correspondência (*correspondence*), dando a entender que os valores e os interesses das partes que entram em contato, o trabalhador e a empresa, são muito diferentes e que, em consequência, o indivíduo tem que se ajustar aos valores e interesses da organização.

### 3.4 As cooperativas de crédito

Uma sociedade cooperativa é uma associação de pessoas que se unem voluntariamente para

**Eixo temático: EIXO 3: Gestão Empresarial**

atingir um fim comum, pela formação de uma organização controlada democrática e participativa, contribuindo equitativamente para o capital demandado, aceitando uma parte justa dos riscos e benefícios dos negócios, nos quais os associados participam ativamente - Recomendação 127 - 06/1996 da Organização Internacional do Trabalho. (OCB, 2006). A sociedade cooperativa se diferencia de uma empresa, pois ela é uma sociedade de pessoas e não de capital. O capital é meio e não finalidade. O poder é pessoal, unitário e independente do montante de capital de cada indivíduo da cooperativa, tem por base atender às necessidades do grupo e não o lucro. Busca prosperidade conjunta e não individual (IRION, 1997).

Outra característica das cooperativas que as diferencia fortemente de uma empresa de capital é a sua dupla natureza: onde, de um lado, o grupo cooperativado (a associação) e, do outro, a atividade cooperativa (a empresa) destinada ao serviço das economias individuais associadas. Os associados não são somente co-proprietários (donos da cooperativa), mas também seus usuários. A cooperativa é uma entidade formada pelo agrupamento de pessoas com interesses semelhantes, enquanto a empresa é a unidade econômica criada para produzir bens e/ou serviços requeridos pelos acionistas (CERETTA, VENTURINI e GENDELSKY, 2007).

Segundo Polônio (1999, p. 23):

As principais vantagens obtidas por um membro associado de uma cooperativa de crédito são o acesso a crédito a juros mais baixos e serviços financeiros com taxas menores, apresentando melhores condições de retorno de investimentos e aplicações, além de o associado receber orientação financeira. Este, também chamado de cooperado, possui caráter duplo, ao ser proprietário e usuário dos seus serviços, o que lhe proporciona possibilidade de participação nos resultados, de acordo com as operações na cooperativa.

As decisões empresariais tomadas pelas instituições cooperativas diferenciam-se das demais instituições, sua amplitude é muito maior e não leva em conta apenas um contexto econômico positivo para a mesma ou o crescimento e a capacidade de acumulação de capital, mas vem ao encontro de resultados que atendam aos anseios de seus associados na busca de um crescimento mútuo e na manutenção e remuneração destas unidades produtivas. Polônio (1999) destaca que o fator essencial para o aumento dessa busca na eficiência empresarial, passa necessariamente pela capacitação e conscientização dos associados sobre a economia e o mercado nos quais atuam.

Polônio (1999) ainda destaca que há dois elementos que definem o caráter de uma cooperativa: a) os fins para os quais foi criada; e b) os meios para alcançá-los. Os fins de

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

uma cooperativa estão intimamente relacionados com a sua missão e os seus objetivos definidos estrategicamente na assembleia geral. Já os meios estão sujeitos a um processo dinâmico de mudanças, no qual a tomada de decisão e a conduta dos administradores têm importância fundamental, mesmo quando não seja produto espontâneo da interação social, uma vez que tenham sido definidos *a priori* para guiar as atividades da organização. Os meios vêm representando as regras que regem uma entidade cooperativa e a estrutura dessa organização, conforme determinação legal e um meio de participação dos associados, destacando-se: a) **Assembleia geral** - é o órgão supremo de uma cooperativa, na qual cada associado tem poder igual, cada associado um voto, independentemente do número de quota que possua, e constitui-se um espaço de decisões relacionadas às estratégias, políticas, modelo operacional, enfim, tudo que concerne ao funcionamento da organização (POLÔNIO, 1999); b) **Conselho administrativo** - formado por associados, eleito pelos sócios de forma direta, cuja função é de administração, (BENATO, 1996). Além disso, exerce as funções de direção e representação da cooperativa e, através da gerência executiva, implementa as ações acordadas nas assembleias gerais; c) **Conselho fiscal** - Órgão de aferição, de auditoria, de acompanhamento, de avaliação e de averiguação. Eleito pela assembleia geral para acompanhar permanentemente o desempenho da sociedade, dos sócios e dos dirigentes, independente do conselho administrativo, com representação dos associados, atuando como fiscalizador dos administradores eleitos e ou contratados, (BENATO, 1996).

### **3.5 A cooperativa de crédito CRESOL SICOPER**

O Sistema Cresol é resultado da luta de famílias agricultoras por acesso ao crédito, pela inadequação do sistema financeiro para a Agricultura Familiar e pela participação em um projeto de desenvolvimento local sustentável. Esta história começou a ser escrita em 1994 através de debates sobre a ampliação e a profissionalização dos fundos rotativos, bem como a formulação de novas estratégias para aumentar o então difícil acesso dos agricultores familiares aos recursos do Sistema Nacional de Crédito Rural. As primeiras cooperativas do Sistema Cresol foram constituídas em 1995, sendo inauguradas nos primeiros meses do ano seguinte. Ainda em 1996 foi criada uma Base de Serviços, em Francisco Beltrão - Paraná, a qual transformou-se posteriormente na primeira Central Cresol, denominada Central Cresol Baser. Devido ao forte incremento no número de cooperativas de crédito e a expansão da atuação constituiu-se, em 1<sup>o</sup> de novembro de 2004, a segunda central de crédito denominada Cresol Central SC/RS, localizada em Chapecó - Santa Catarina. A trajetória de sucesso da Cresol demonstra que a criação de novas centrais é um fator importante para o crescimento e pulverização do crédito qualificado.

Dez anos depois, a terceira central foi constituída para ampliar o acesso, o volume de

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

negócios, a eficiência dos serviços prestados, o número de associados e fortalecer ainda mais a marca Cresol. A nova central, denominada Central Cresol Sicoper, foi constituída no dia 27 de junho de 2014 e está sediada em Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, contando também com uma sede administrativa localizada em Chapecó - Santa Catarina. Concebida pelas próprias organizações da Agricultura Familiar, a Cresol constitui-se como uma cooperativa autogestionária que viabiliza o acesso ao sistema de micro finanças para fomentar a produção, principalmente àqueles que viviam excluídos do sistema financeiro. Além de ampliar a abrangência e o papel dos fundos, as cooperativas significaram um instrumento de gestão com uma grande capacidade de intervenção na economia e reconhecimento como instrumento financeiro dos agricultores familiares.

### **3.6 Resultados e discussões**

Para este trabalho foram entregues aleatoriamente 293 instrumentos aos associados, obtendo-se retorno de 234. Esses instrumentos foram entregues para associados que vieram até a Cooperativa de Crédito Cresol Frederico Westphalen/RS, e também nas unidades de atendimento das cidades de Palmitinho e Planalto. Alguns retornos também vieram através de e-mail.

#### **3.6.1 Perfil dos associados**

Com base nos 234 questionários entregues aos associados da cooperativa Cresol de Frederico Westphalen e também dos postos de atendimento das cidades de Palmitinho e Planalto/RS, obteve-se resultados abaixo, referente ao perfil como pode ser observado a seguir. No que se refere ao sexo dos entrevistados, verificou-se que 32% são do sexo feminino e 68% do sexo masculino, pode-se observar que pelo motivo de a Cooperativa ter como público alvo os pequenos agricultores, geralmente é o homem quem vem até a Cooperativa realizar os negócios. Quanto a faixa etária dos associados participantes do questionário observa-se que 27% são pertencentes a faixa etária entre 18 a 28 anos; 27% entre 29 a 38 anos; 20% pertencem à faixa entre 39 e 49 anos; 17% possui a faixa entre 50 a 59 anos e 9% acima de 60 anos. Neste caso percebe-se um empate entre o número de associados da faixa etária de 18 a 28 anos e 29 a 38 anos. A cooperativa Cresol possui como associados, pessoas de várias faixas etárias, pois atende a todos os públicos. Com relação a base salarial mensal dos entrevistados. Analisou-se que a maioria dos associados apresenta uma renda mensal de até 2 salários mínimos, seguida pela faixa salarial de 3 a 5 salários mínimos. Em contraponto percebe-se que apenas 2% recebem um valor acima de 12 salários mínimos. Quanto a o estado civil dos associados, verificou-se que 63% dos entrevistados são casados, 26% solteiros, 3% divorciado, 2% viúvo e 6% outros. No que se refere à atividade

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

profissional realizada pelos entrevistados e nota-se que 27% são empresários rurais, 15% são empresários, 6% são servidores públicos, 13% são autônomos e 39% possuem outra atividade profissional. Entre a opção destacada como outras atividades profissionais destacam-se os empregados do setor privado, estudantes, aposentados e pensionistas. A Cresol tem como público alvo os pequenos agricultores, mas pela figura apresentada pode-se observar que ela atinge também outras áreas, como pessoas jurídicas e autônomos.

### 3.6.2 Valores

Os valores atribuídos ao trabalho desempenham um papel importante na definição do comprometimento organizacional, considerando um vínculo profundo do indivíduo com seu trabalho. A existência dos valores básicos do cooperativismo, como já foi visto anteriormente, permite que tanto as cooperativas quanto os associados, consigam construir juntos uma melhoria significativa nas atividades e ações desenvolvidas na organização, que visa benefícios para a sociedade como um todo.

**Tabela 2:** Valores



**Eixo temático: EIXO 3: Gestão Empresarial**

AFIRMATIVAS	Concordo Totalmente	Concordo Muito	Concordo Pouco	Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo Pouco
1. Nessa cooperativa, é importante que os colaboradores conheçam bem o trabalho que fazem?	59%	31%	5%	0%	2%	3%
2. Essa cooperativa acredita que as regras são importantes?	56%	30%	10%	0%	1%	3%
3. Para essa cooperativa, é importante que os colaboradores se comportem de forma educada no ambiente de trabalho?	70%	21%	4%	1%	4%	0%
4. Essa organização acha importante ser competitiva?	54%	26%	12%	0%	3%	5%
5. Essa organização considera a segurança dos negócios muito importante?	62%	28%	6%	0%	2%	2%
6. Esta cooperativa preocupa-se com a qualidade de vida dos associados?	49%	35%	7%	2%	3%	4%
7. Nessa cooperativa, os associados são premiados?	61%	27%	9%	0%	0%	3%
8. É muito importante para essa cooperativa, ajudar seus associados?	57%	31%	6%	2%	3%	1%
9. Esta cooperativa tem prestígio na sociedade?	63%	27%	3%	5%	1%	1%
10. Essa cooperativa incentiva o sucesso profissional dos associados?	61%	26%	5%	4%	2%	2%
11. Para essa cooperativa, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade?	67%	22%	4%	1%	5%	1%
12. Para essa cooperativa, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa?	62%	26%	6%	0%	3%	3%
13. Essa cooperativa acredita que as pessoas devem ser honestas em qualquer situação?	72%	21%	4%	1%	0%	2%
14. Essa cooperativa acredita no valor da honestidade?	68%	24%	5%	1%	1%	1%
15. Essa cooperativa acha importante ser fiel a seus colaboradores e associados?	63%	24%	6%	4%	1%	2%

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

**Eixo temático: EIXO 3: Gestão Empresarial**

Observando a tabela acima, pode-se observar que 10, das 15 afirmativas para valores, obtiveram uma porcentagem acima de 60% para a opção concordo totalmente e também 10 afirmativas acima de 25% para a opção concordo muito.

Na afirmativa 2: Nessa cooperativa, é importante que os colaboradores conheçam bem o trabalho que fazem; e na afirmativa 3: Para essa cooperativa, é importante que os colaboradores se comportem de forma educada no ambiente de trabalho; têm-se uma porcentagem de 59% e 70% respectivamente para concordo totalmente e 31% e 21% para concordo muito. Para Medeiros e Enders (1998) assinalam que uma das grandes preocupações das organizações, tanto no meio acadêmico como no empresarial, é a de conseguir selecionar e manter, no seu quadro funcional indivíduos competentes, dedicados, engajados e, principalmente, envolvidos com os problemas da organização. Nesse caso, as afirmações descritas acima demonstram que os colaboradores da Cresol estão envolvidos com os propósitos da organização, tratando o associado de forma respeitosa, criando um vínculo forte entre associado e cooperativa.

Na afirmação 6: Esta cooperativa preocupa-se com a qualidade de vida dos associados; têm-se um resultado de 49% para concordo totalmente e 35% para concordo muito. Segundo Couvaneiro (2004), no sistema cooperativista, as empresas, por natureza, e por princípios filosóficos diferenciados, buscam melhores resultados para seus associados, elas já incorporam, desde sua fundação, um compromisso muito grande com os aspectos sociais, não só de seus componentes ou associados, mas também com toda a comunidade onde estão inseridas. A Cresol possui alguns projetos em prática, por exemplo, um projeto que se chama “Na Cresol a Melhor Idade Coopera” que busca a participação e valorização efetiva da melhor idade na Cooperativa e na comunidade. Outro projeto se chama “Na Cresol as Mulheres Cooperam” que tem como objetivo a valorização da mulher. São feitos neste projeto vários cursos: doces, panificação, informática e eventos em geral que elas têm oportunidade de participar. Existe também um projeto chamado “Gestão na Propriedade”, que oferece cursos de mecânica de implementos agrícolas e também de ajuda-los na gestão de sua propriedade, dando auxílio de como o associado pode gerir melhor suas finanças, os custos de sua propriedade.

Na afirmativa 7: Nessa cooperativa, os associados são premiados? Obteve-se um resultado de 61% para concordo totalmente e 27% para concordo muito. Os associados que movimentaram suas contas no ano de 2015 participaram da Campanha Sonho de Prêmios Cresol, onde foram sorteados geladeira, notebook, micro-ondas, climatizador, motocicleta Honda e um veículo Corolla. As comunidades são contempladas também com papel de mesa, guardanapos e copos, quando realizam seus eventos.

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

Na afirmativa 10: Essa cooperativa incentiva o sucesso profissional dos associados; resultou em 61% para concordo totalmente e 26% para concordo muito. A Cresol possui, entre outros projetos sociais, os que incentivam o progresso do associado, tanto pessoalmente como profissionalmente, linha de investimentos que ajudam o associado investir em sua propriedade ou negócio.

Nas afirmações: Para essa cooperativa, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade e; para essa cooperativa, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa obteve-se um resultado de 67% e 62%, respectivamente, para concordo totalmente e 22% e 26% para concordo muito.

Igualdade é um dos valores universais do cooperativismo. Ela impede a segregação em razão de condição socioeconômica, raça, gênero ou sexo, ideologia política, opção religiosa, idade ou de qualquer outra preferência ou característica pessoal. A todos devem ser assegurados os mesmos direitos e as mesmas obrigações. Da mesma forma de serem tratadas igualmente, as pessoas devem ser tratadas de maneira justa. Conforme Ricciardi (2000), o Cooperativismo precisa ser visto como uma alternativa, uma terceira via de desenvolvimento econômico e social, capaz de corrigir as distorções existentes na nossa sociedade e que de tantas formas tem proporcionado injustiças, principalmente com populações menos favorecidas.

Na afirmativa 14: Essa cooperativa acredita no valor da honestidade alcançou-se um resultado de 68% e 24% para concordo totalmente e concordo muito. Honestidade é outro valor universal do cooperativismo, que se liga à verdade por excelência. É uma das marcas de pessoas de elevado caráter. Tem a ver com retidão, probidade e honradez.

### 3.6.3 Cooperativismo

O cooperativismo precisa ser visto e entendido como uma alternativa para todas as pessoas. Porém, é preciso que associados e cooperativas caminhem juntos, com uma mesma linha de pensamento, enfrentando os desafios para continuar se mantendo fortes no seu propósito que é a cooperação.

**Tabela 3:** Cooperativismo





**Eixo temático: EIXO 3: Gestão Empresarial**

AFIRMATIVAS	Concordo Totalmente	Concordo Muito	Concordo Pouco	Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo Pouco
1. Nessa cooperativa, eu sinto que faço parte da mesma.	39%	38%	13%	0%	4%	6%
2. Na situação atual, ficar com minha cooperativa é na realidade uma necessidade tanto quanto um desejo.	33%	28%	22%	2%	4%	11%
3. Eu acredito nos valores e objetivos desta cooperativa.	51%	32%	9%	1%	4%	3%
4. A razão de eu preferir esta cooperativa em relação a outras é por causa do que ela simboliza, de seus princípios.	45%	35%	17%	0%	2%	1%
5. Não deixaria esta cooperativa agora devido à falta de oportunidades de trabalho	13%	18%	18%	18%	13%	20%
6. Farei sempre o possível com minhas obrigações para me manter nesta cooperativa	50%	33%	13%	0%	1%	3%
7. Sou reconhecido por todos na cooperativa como um membro da mesma.	43%	29%	15%	3%	3%	7%
8. O bom associado deve se esforçar para que a cooperativa tenha os melhores resultados possíveis.	50%	30%	9%	0%	1%	1%
9. Eu tenho a obrigação de desempenhar bem meu papel na cooperativa.	51%	33%	13%	0%	1%	2%
10. Os associados tem acesso às informações importantes e aos resultados obtidos pela cooperativa.	55%	32%	5%	4%	2%	2%

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Na tabela acima, nota-se que das 10 afirmativas, metade estão com resultados de 50% ou mais. Analisando a afirmativa 1: nessa cooperativa, eu sinto que faço parte da mesma, obteve-se um resultado de 39% e 38% para concordo totalmente e muito. A Cooperativa Cresol procura estar sempre perto dos associados, divulgando todas as ações que ela participa. Possui programa na Rádio aos sábados de manhã, levando as principais informações aos associados e todo início de ano são feitas as pré-asmbléias nas comunidades para a apresentação dos resultados da Cooperativa e esclarecimento de

dúvidas dos associados.

Na afirmação 6: Farei sempre o possível com minhas obrigações para me manter nesta cooperativa, auferiu-se um resultado de 50% para concordo totalmente e 33% para concordo muito. A participação dos cooperados na vida da cooperativa é uma necessidade indispensável para seu bom funcionamento, principalmente pelo motivo de que cooperativa precisa legitimar todas as suas ações junto ao associado. Essa afirmação demonstra então que o associado está disposto a cumprir suas obrigações dentro da Cooperativa, para se manter nela, e também para que a Cooperativa cresça, pois, esse crescimento depende dos empenho e do comprometimento dos associados.

Na afirmação 9: Eu tenho a obrigação de desempenhar bem meu papel na cooperativa, o resultado foi de 51% para concordo totalmente e 33% para concordo muito. Em uma cooperativa de crédito, o associado é também, dono do negócio. Sendo assim ele tem a obrigação de estar presente, ser participante da cooperativa, cumprindo assim suas obrigações.

Na afirmativa 10: Os associados têm acesso às informações importantes e aos resultados obtidos pela cooperativa, resultou em 55% para concordo totalmente e 32% para concordo muito. No início de cada ano, a Cooperativa faz as pré-assembleias nas comunidades do interior para levar aos associados os números da Cooperativa do exercício anterior. Nessa mesma oportunidade são levadas as propostas da divisão dos lucros da Cooperativa entre os associados para uma pré votação, verificando se a proposta tem uma aceitação pela maioria dos presentes. Posteriormente, na Assembleia Geral Extraordinária da Cooperativa, têm-se a votação definitiva.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa, realizada junto aos 234 associados, da Cooperativa Cresol, criou oportunidade para que os mesmos pudessem expressar sua opinião sobre a Cooperativa. Nesta ocasião buscou-se analisar a relação valores individuais e organizacionais dos associados e sobre o cooperativismo.

Pode-se destacar como ponto positivo neste trabalho, primeiramente, o empenho dos associados em responder o questionário. Sabemos que é difícil instigar as pessoas a expressem sua opinião. Mais difícil ainda, conseguir com que um associado que vêm no caixa de uma cooperativa, muitas vezes apressado, concorde em responder um questionário com 48 afirmações, ou que leve o mesmo para responder, e que o traga novamente. Outro ponto positivo foi o alto nível de concordância das afirmações, demonstrando que a

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

cooperativa e o cooperado estão seguindo uma mesma linha de pensamento e que todos os atos praticados pela cooperativa estão sendo vistos, entendidos e aceitos pelos associados. Isso demonstra a transparência da Cooperativa e a participação do associado

Pode-se deixar como proposta de estudo futuro, a aplicação de uma análise dos associados inativos. Associados que fizeram abertura de conta, mas que acabaram não a movimentando mais. Seria um trabalho de grande importância para a Cresol, pois teria como objetivo resgatar esses associados para perto da cooperativa, saber quais seus anseios, buscando entender seu real motivo em ser um associado, procurando alavancar ainda mais esta cooperativa para novos negócios.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, A.V. B.; SIQUEIRA, M. M. M.; MEDEIROS, C. A. F.; MENEZES, I. G. **Comprometimento organizacional**. In: Siqueira, M. M. M. e colaboradores. Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. pp. 49-95. Porto Alegre: Artmed, 2008.

BENATO, J. **O ABC do cooperativismo**. São Paulo: ICA, 1996.

BEST, J. W. **Como investigar em educación**. 2º. ed. Madri: Morata, 1972.

BIALOSKORSKI NETO, S.; NEVES, E.M.; MARQUES, P.V. **“Agribusiness cooperativo, eficiência e princípios doutrinários.”** Revista de Economia e Sociologia Rural. 33: 85-121, 1995.

BUTTENBENDER, P. L. **Fundamentos e Estrutura do Cooperativismo**. Ed. Unijuí, Ijuí/RS, 2009. CERETTA, P. S.; VENTURINI, J. C.; GENDELSKY, V. R. D. **Análise da Eficiência em Cooperativas Agropecuárias no Estado do Rio Grande do Sul - XIV Congresso Brasileiro de Custos - João Pessoa - PB, Brasil, Dezembro, 2007.**

COUVANEIRO, C. S. **Práticas Cooperativistas Personalização e Socialização**: Lisboa Instituto Piaget, 2004.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

DEMO, G. **Políticas de gestão de pessoas nas organizações**: papel dos valores pessoais e da justiça organizacional. São Paulo: Atlas, 2008.

DOMINGUES, J. C. **Cooperativas de trabalho**: um modelo de autogestão no combate ao desemprego: verdades e mentiras. São Paulo: STF, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, Editora: Atlas S.A, São Paulo, 2002.

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

IRION, J. E. O. **Cooperativismo e economia social**. São Paulo, STS, 1997.

KATZ, D.; KAHN, R. L. **Psicologia social das organizações**. São Paulo, Atlas, 1978.

LEITE F.T.; MACHADO L.S.F. **Gestão Participativa nas Cooperativas Agropecuárias do Estado do Ceará**. In: Anais do XXVI Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração. Salvador, Setembro, 2000.

MEDEIROS, C. A. F.; ENDERS, W. T. **Padrões de comprometimento organizacional e suas características pessoais**: como são os comprometidos e os descomprometidos com as organizações. In: ENANPAD, Foz do Iguaçu, Anais do 22º Encontro da ANPAD, 1998.

NASCIMENTO, E. N. **Técnicas de coleta de dados utilizadas em artigos científicos da área da saúde**. Arq. Ciênc. Saúde Unipar, Umuarama, v. 11, n. 1, p. 45-44, jan. /Abr. 2007.

NASCIMENTO, F. R. **Cooperativa como alternativa de mudança**: uma abordagem normativa. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

OCB - **Organização das Cooperativas Brasileiras. Legislação Cooperativista**. Disponível em: . Acesso em: 05 de out 2016.

OCERGS - SESCOOP/RS. **Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.ocergs.coop.br/cooperativismo/conceitos-principios>>. Acesso em 30 de Jun. 2017.

OLIVEIRA, A. F.; TAMAYO, A. **Inventário de perfis de valores organizacionais**. Revista de Administração, v. 39, n. 2, p. 129-140, 2004.

POLONIO, W. A. **Manual das Sociedades Cooperativas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RICCIARDI, L; LEMOS, R. J. **Cooperativa, a empresa do século XXI**, São Paulo, LTR, 2000.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

SCHULZE, E. **Estrutura do poder em cooperativas**. Perspectiva Econômica, São Leopoldo, v. 22, n. 59, p. 49-76, jun./dez. 1987.

SCHWARTZ, S. H. **Universals in the context and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries**. In M. Zanna (Org.), Advances in experimental social psychology (vol. 25, pp. 1-65). Orlando: Academic Press, 1992.

SCHWARTZ, S. H. **Are there universal aspects in the structure and contents of human values?** Journal of Social Issues, 50, 19-45, 1994.

**Eixo temático:** EIXO 3: Gestão Empresarial

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. **Toward a theory of the universal content and structure of values:** Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878- 891, 1990. TAMAYO, A.; MENDES, A. M.; PAZ, M. G. T. **Inventário de Valores Organizacionais.** *Estudos de Psicologia*. v. 5, n.2, p. 289-315, 2000.

TAMAYO, A. **Valores Organizacionais:** sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. *Revista de Administração, São Paulo* v. 33, n.3, p. 56-63, julho/setembro 1998.

TAMAYO, A. **Valores e Clima Organizacional.** In: Tamayo, Álvaro, PAZ, Maria das Graças T. da (Orgs). *Escola, Saúde e Trabalho: estudos psicológicos*. Brasília: UNB, 1999.

TAMAYO, A.; PASCHOAL, T. **A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador.** *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 7(4), 33-54, 2003.

TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S.H. **Estrutura motivacional dos valores humanos.** *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 9, 329-348, 1993.

TEIXEIRA, E. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.

TRUJILLO, F.A. **Metodologia da ciência.** 3. ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974

PIACESKI, E. E.; GNOATTO, A. A. **Cooperativismo:** a busca de um modelo de gestão participativa. *Anais Sober*, 2012. Disponível em: . Acesso em 02 de Nov. 2015.