



# **ENTRE CONFIANÇA E DESAFIOS: UM OLHAR DO COOPERADO PARA O CRÉDITO COOPERATIVO**

## **BETWEEN TRUST AND CHALLENGES: A COOPERATIVE MEMBER'S VIEW OF COOPERATIVE CREDIT**

**Claudio Luiz CHIUSOLI**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [prof.claudio.unicentro@gmail.com](mailto:prof.claudio.unicentro@gmail.com)**

**Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7844-3632>**

**Bianca ZUBKO**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [biancazubko@gmail.com](mailto:biancazubko@gmail.com)**

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

**Kawane Gabriela Machado SCHON**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [kawane123s@gmail.com](mailto:kawane123s@gmail.com)**

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

**Thais ZUBKO**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [zubkothais@gmail.com](mailto:zubkothais@gmail.com)**

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

**Elis Fernanda Ferreira dos SANTOS**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [ferreiraelisfernanda4@gmail.com](mailto:ferreiraelisfernanda4@gmail.com)**

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

**Rafael Henrique Dziobat do NASCIMENTO**

**Universidade Estadual do Centro Oeste (UNICENTRO)**

**E-mail: [rafahenriquedz@gmail.com](mailto:rafahenriquedz@gmail.com)**

**Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-1566-9531>**

### **RESUMO**

O objetivo é analisar a perspectiva dos cooperados que estão envolvidos com entidades financeiras, seja por meio de bancos, associações ou cooperativas, quanto ao seu contentamento com os serviços e produtos disponibilizados. A pesquisa adota uma abordagem quantitativa, de caráter descritivo e conclusivo. Foram realizadas 80 entrevistas, por meio de uma amostragem não probabilística usando a plataforma

Google Forms mediante uma escala de concordância e discordância, validada com um coeficiente alpha de Cronbach de 0,728. Como apoio a análise foi aplicado o teste não paramétrico: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis. Os principais achados indicam que: 49% dos cooperados consideram importante receber informações sobre as decisões políticas adotadas pela cooperativa; 55% acreditam ser relevante receber informações sobre as orientações e políticas implementadas pela cooperativa; 54% preferem esclarecer suas dúvidas diretamente na cooperativa; 70% dos cooperados afirmam que sua opinião é valorizada e considerada pela gestão da cooperativa; 89% confiam na administração da cooperativa e na comunicação estabelecida com os cooperados; 73% dos cooperados conseguem realizar todas as suas operações utilizando o aplicativo da cooperativa; 57% consideram que os canais de comunicação da cooperativa são adequados para atender às suas necessidades; 76% dos cooperados demonstram satisfação em utilizar os serviços da cooperativa, que atendem suas necessidades diárias; 83% confiam nas informações recebidas da cooperativa; e 85% expressam satisfação com os serviços e produtos oferecidos pela instituição. A pesquisa contribui para o entendimento de que, para aprimorar a gestão da cooperativa, é imprescindível considerar as necessidades e percepções dos cooperados.

**Palavras-chave:** Cooperativismo. Cooperados. Satisfação. Instituição.

#### ABSTRACT

The objective is to analyze the perspective of members who are involved with financial institutions, whether through banks, associations or cooperatives, regarding their satisfaction with the services and products provided. The research adopts a quantitative approach, with a descriptive and conclusive nature. Eighty interviews were conducted through non-probabilistic sampling using the Google Forms platform using an agreement and disagreement scale, validated with a Cronbach's alpha coefficient of 0.728. The non-parametric test Mann-Whitney and Kruskal-Wallis were applied to support the analysis. The main findings indicate that: 49% of members consider it important to receive information about the political decisions adopted by the cooperative; 55% believe it is relevant to receive information about the guidelines and policies implemented by the cooperative; 54% prefer to clarify their doubts

directly with the cooperative; 70% of members state that their opinion is valued and considered by the cooperative's management; 89% trust the cooperative's management and the communication established with members; 73% of members are able to carry out all their operations using the cooperative's app; 57% consider that the cooperative's communication channels are adequate to meet their needs; 76% of members are satisfied with using the cooperative's services, which meet their daily needs; 83% trust the information received from the cooperative; and 85% express satisfaction with the services and products offered by the institution. The survey contributes to the understanding that, in order to improve cooperative management, it is essential to consider the needs and perceptions of members.

**Keywords:** Cooperativism. Members. Satisfaction. Institution.

## INTRODUÇÃO

Segundo o Anuário do Cooperativismo, divulgado pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), em 2023, o sistema contava com 728 cooperativas de crédito, que reuniam 15.501.801 cooperados e empregavam 99.331 pessoas, além de possuir uma carteira de crédito totalizando R\$ 361 bilhões. O setor ainda se destacou como a maior rede de atendimento físico do Brasil, com 9.008 unidades disponíveis. No país, o cooperativismo de crédito está presente em mais da metade dos municípios, sendo a única instituição financeira em 332 deles.

No Brasil, a primeira cooperativa de crédito foi fundada em 28 de dezembro de 1902, na cidade de Nova Petrópolis, no estado do Rio Grande do Sul. Inicialmente chamada de Caixa de Economia e Empréstimos Amstad, posteriormente recebeu o nome de Caixa Rural de Nova Petrópolis (Paiva e Santos, 2017).

No Brasil, as cooperativas se encontram em variadas situações: algumas desfrutam de boa situação econômica, enquanto outras ainda lutam para se adaptar à realidade e buscar formas de sobrevivência. Por outro lado, algumas estão impossibilitadas de operar, devido às dificuldades financeiras, e estão em processo de autoliquidação. Essas situações podem ser atribuídas à falta de capacidade de se adaptar às mudanças e novas tecnologias, à falta de comprometimento e lealdade com

a organização, à instabilidade econômica recente e aos diversos planos econômicos implementados ao longo dos anos, no Brasil (Simioni, 2009).

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

As cooperativas, assim como as empresas privadas, atuam em um mercado competitivo. Se, para as primeiras, a prioridade de satisfação é de seu associado, para a segunda se refere aos clientes. Enquanto organizações, ambas têm investido esforços no sentido de manterem relacionamentos de lealdade mais duradouros com esses públicos.

Machado Filho et al. (2004) afirmam que a sobrevivência do cooperativismo em um mundo cada vez mais dinâmico está ligada à sua profissionalização, à transparência e à praticidade.

De acordo com Pereira, Silva e Carvalho (2023), a chave para a construção e sustentação de um processo cooperativo bem-sucedido reside no comprometimento e na confiança mútua entre as partes envolvidas. Ao entender as preferências, percepções e experiências dos cooperados, a cooperativa pode adaptar serviços e estratégias para melhor atender às necessidades, aumentando a confiança e a colaboração entre os cooperados e, conseqüentemente, impulsionando o crescimento.

Portanto, o problema de pesquisa é: os cooperados se sentem valorizados e satisfeitos quanto aos produtos e serviços oferecidos pelas instituições de crédito cooperativo?

O objetivo deste trabalho é analisar a perspectiva dos cooperados que estão envolvidos com entidades financeiras, seja por meio de bancos, associações ou cooperativas, quanto ao seu contentamento com os serviços e produtos disponibilizados.

A realização desta pesquisa é justificada pela necessidade de contribuir para o avanço do conhecimento sobre gestão de créditos cooperativos, que podem fornecer insights valiosos para gestores, acadêmicos e demais interessados, contribuindo para práticas mais eficazes e fortalecendo o papel das cooperativas. O empreendimento

cooperativista oferece ainda diversas vantagens para a comunidade em que está inserido. Isso ocorre devido à sua gestão organizacional, que promove uma distribuição mais equitativa de renda e resultados (Silva Ilha, 2006).

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

## REFERENCIAL TEÓRICO

A fundamentação teórica deste estudo busca compreender e entender sobre cooperativismo, sua história e a visão do cooperado, contextualizando os temas sobre o surgimento do cooperativismo, cooperativismo no Brasil e, por último, a história da mulher no cooperativismo.

### Surgimento do Cooperativismo

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

Para dizer o essencial, suas características principais eram a propriedade, a gestão e a repartição cooperativa, sendo que a primeira deixava explícito que, como se tratava de uma associação de pessoas, logo não existiria o termo capital; no que se dizia respeito às decisões tomadas, seriam realizadas por meio de assembleias, em que todos teriam participação; e a última característica que indica que tudo o que “sobrasse” ao final do período de trabalho em associação deveria ser repartido entre os associados, mas de maneira distinta das empresas capitalistas. Impulsionado pela revolução industrial, o cooperativismo ganhou força e se espalhou pelo continente (Rios, 2017; Matos e Lima, 2022).

Nas empresas capitalistas, as cooperativas de crédito (bancos) usam muito os termos “lucros e dividendos”, sendo o contrário de “sobras líquidas”, esse termo é

utilizado nas empresas de cooperativismo como realmente uma sobra, obtida após serem descontadas todas as taxas administrativas igualmente entre os associados; neste caso, essa sobra não se origina do lucro aos trabalhadores assalariados, mas é proveniente do trabalho realizado entre os associados, o que garante igualdade de direito a todos os associados (Berlanda, 2021).

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

### **Cooperativismo no Brasil**

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

Hoje, existem milhares de cooperativas de crédito no Brasil, que geram empregos, desenvolvimento econômico e social. Costa e Silva (2010) afirmam que existe um grande diferencial entre as cooperativas de crédito e os bancos comerciais, sendo o principal, o fato de os bancos visarem o lucro, e as cooperativas, as pessoas.

Os cooperados trazem o lucro e se beneficiam dele mesmo, sendo, ao mesmo tempo, donos e usuários. Como resultado disso, percebe-se a razão de as cooperativas estarem crescendo cada vez mais no Brasil e no mundo, uma vez que, por meio da valorização das pessoas e desenvolvimento da sociedade, o mercado se transforma e o crescimento se torna constante (Sausen, Baggio e Bussler, 2021).

Abrantes (2004) descreve a história do movimento cooperativista no Brasil, que passou por fases distintas. A primeira fase, conhecida como introdutória, durou até 1907, quando foi promulgada a primeira lei sobre cooperativismo.

Até esse momento, várias tentativas isoladas foram feitas por pessoas que trouxeram experiências de países onde o cooperativismo já era praticado.

A segunda fase abrange o período de 1907 a 1926, marcado pelo surgimento das primeiras portarias, decretos e leis voltados exclusivamente para as cooperativas de crédito padrão Raiffeisen e os bancos populares modelo Luzzati. Durante esse tempo, o sindicalismo-cooperativismo predominava, com algumas cooperativas funcionando como seções de sindicatos.

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

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

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

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

### **Mulher no Cooperativismo**

É fato que, no decorrer das décadas, as mulheres têm travado uma luta incessante pela igualdade de gênero. Justamente por existir resistência e preconceito, elas ainda encontram dificuldades para acessarem cargos e posições que, tradicionalmente, pertencem a homens. No entanto, a história, aos poucos, começa a

mudar, e algumas mulheres têm se destacado em atividades da vida pública e privada (Baldissarelli, 2018; Guedes e Vinhas, 2021).

Contudo, no cooperativismo, algumas instituições financeiras começaram a intensificar o emprego de mulheres a partir da década de 1960, uma vez que, antes desse período, as mulheres ocupavam cargos de menor importância e relevância. Até a introdução dos processos de automatização, na década de 1960, as atividades no setor bancário eram majoritariamente desempenhadas por homens, enquanto as mulheres eram contratadas apenas para funções consideradas sexistas, como recepcionistas, telefonistas e faxineiras (Castro Alves, Procópio e Gonçalves, 2022).

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

Destaca-se o comportamento de liderança feminina, o qual apresenta um estilo voltado à gestão de pessoas. A mulher, baseada em sua criação, é mais adepta ao diálogo e tende a apresentar maior compreensão das situações cotidianas, o que contribui para uma melhor gestão do cotidiano das empresas.

O foco nas pessoas e a facilidade de comunicação, planejar e executar projetos, além de integrar os colaboradores em todas as etapas do processo, são retratados como competências em liderança comumente associadas à figura feminina (Hryniewicz e Vianna, 2018), sendo esse também o foco das cooperativas e competências valorizadas no mercado de trabalho, mas o número de mulheres em posições de poder é ainda restrito e escasso.

Qualquer indivíduo anseia por oportunidades de crescimento quando adentra em uma organização, e isso não é diferente com as mulheres, porém, em algumas situações, ao se depararem com uma chance na empresa, a não percepção de igualdade nos processos de seleção entre elas e os colegas homens pode gerar desmotivação e um sentimento de desvalorização.

Ao longo dos anos, o estereótipo feminino sofreu grande transformação, e as mulheres que ocupam o mercado de trabalho tiveram de provar que são tão capazes e competentes quanto os colegas homens para assumir posições importantes dentro das

organizações, é o caso de líderes administrativas nas cooperativas agroindustriais (Bruschini, 2000; Salvaro, Estevam e Felipe, 2014).

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

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

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

Ao longo de suas trajetórias profissionais, as mulheres têm demonstrado suas habilidades e aptidões para liderar equipes e gerenciar cooperativas, ganhando visibilidade e experiência, fatores que constituem um diferencial transformador. As mulheres estão cada vez mais se inserindo no cooperativismo como resposta às suas necessidades econômicas e sociais (Brito, 2020).

## **METODOLOGIA**

Como metodologia de pesquisa nesse artigo, foi realizada revisão bibliográfica. Para Gil (2017), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Em relação à natureza das variáveis, o estudo foi uma pesquisa quantitativa; segundo Richardson (1989), este método caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

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

A população e unidade de observação foram usuários cooperados de algum sistema de cooperativa ou banco, tendo sido obtidos 80 respostas de cooperados no mês de setembro de 2024, por meio de uma *survey* mediante o uso de e-mail eletrônico (Google Forms).

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

Registra-se que não foi indagado qual o nome da instituição cooperativa na pesquisa, e o perfil dos respondentes apresentou resultados que 49% são do gênero masculino, e 51% feminino. Quanto à faixa etária, por distribuição, 32% têm até 21 anos; 33% de 22 a 32 anos; e 35% acima de 33 anos, com idade média de 29 anos. Pela sondagem, 53% têm curso superior, contra 47% que declaram ter até o ensino médio.

A técnica de amostragem foi não probabilística por conveniência; esta técnica é um método de amostragem de rede útil para se estudar populações difíceis de serem acessadas ou estudadas, ou quando não há precisão sobre sua quantidade no qual não é representativa da população, mas serve como base para analisar o estudo em questão (Barbosa, 2019, Dalfovo, Lana e Silveira, 2008).

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

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

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

O teste de Mann-Whitney é aplicado para 2 grupos, não pareados ou independentes; e o teste de Kruskal-Wallis, para mais 2 grupos, não pareados ou independentes. Se o valor-p for menor ou igual ao nível de significância (0,05), rejeita-

se a hipótese nula e conclui-se que a diferença entre as medianas da população é estatisticamente significativa.

Como teste de hipótese: não há diferença estaticamente significativa entre as variáveis pesquisadas considerando os grupos envolvidos quanto ao perfil por gênero, faixa etária e escolaridade.

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

**Tabela 1:** Síntese da metodologia de pesquisa.

Parâmetros Metodológicos	Classificação Metodológica
1. Natureza das variáveis e objetivo	Estudo quantitativo, descritivo e conclusivo
2. Unidade de observação	Pessoas que participam de algum tipo de cooperativa
3. Escala e variáveis	Escala de 5 pontos, concordo/discordo - 10 variáveis e 3 perfis (gênero, faixa etária e escolaridade), validada com alpha de Cronbach em 0,712
4. Amostragem	Não probabilística por conveniência com 80 entrevistas
5. Forma de coleta e abordagem	Levantamento por meio do google forms
6. Procedência dos dados	Dados primários
7. Recorte	Transversal
8. Análise	Estatística descritiva com análises univariadas e bivariadas, com uso do teste não paramétricos: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2024).

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise é composta a partir das variáveis investigadas, segmentada por gênero, escolaridade e faixa etária, que pode ser analisada de forma resumida, categorizado por concordo/indiferente/discordo (Tabela 3) e a Tabela 4 aponta o teste não paramétrico aplicado: Mann-Whitney e Kruskal-Wallis.

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

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

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

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

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

### **Variável 2 - Prefiro tirar minhas dúvidas como cooperado por meio virtual**

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

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

Essas porcentagens indicam que a maioria dos cooperados (55%) têm uma preferência positiva pelo atendimento virtual, enquanto uma parcela menor permanece indiferente ou prefere outros meios de atendimento. Os resultados dos p- valores para gênero (p-valor: 0,715), faixa Etária (p-valor: 0,822), escolaridade (p-

valor: 0,810), nenhum dos valores é significativo, o que indica que todos os grupos têm opiniões semelhantes sobre o atendimento virtual. Observa-se uma preferência pelo atendimento virtual, com 55% dos cooperados preferindo esse canal para tirar dúvidas. A literatura também aponta o uso crescente de meios digitais nas cooperativas para otimizar a comunicação e aumentar a acessibilidade, especialmente com o advento das tecnologias (Sucupira e Freitas, 2011; Costa e Silva, 2010).

### **Variável 3 - Prefiro tirar as minhas dúvidas como cooperado diretamente na cooperativa**

A variável 3, “*prefiro tirar as minhas dúvidas como cooperado diretamente na cooperativa*”, observa-se uma preferência por esse tipo de atendimento, sendo que 54% dos cooperados afirmam preferir ou concordar totalmente com o atendimento presencial. Essa preferência sugere a importância do contato direto, que contribui para fortalecer a relação entre cooperado e cooperativa.

O resultado do p-valores para Gênero (p-valor: 0,739), Faixa Etária (p-valor: 0,860), Escolaridade (p-valor: 0,176), não são significativos, mostrando que a preferência por atendimento presencial é homogênea entre as dúvidas dos cooperados. Esses resultados estão alinhados com a teoria da confiança e comprometimento nas relações cooperativas, que destacam a confiança como um fator crítico para a sustentabilidade e lealdade nas cooperativas (Pereira, Silva e Carvalho, 2023).

### **Variável 4 - Acredito que minha opinião como cooperado é valorizada e considerada pela cooperativa**

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

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

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

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

### **Variável 5 - Tenho confiança na gestão da cooperativa e em sua comunicação com o cooperado**

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

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

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

O resultado de p-valores para Gênero (p-valor: 0,607), Faixa Etária (p-valor: 0,597), Escolaridade (p-valor: 0,423) não são significativos, indicando confiança similar entre os grupos na gestão e comunicação da cooperativa. Esse resultado demonstra a importância de estabelecer uma relação duradoura, de parceria, para que exista colaboração mútua, principalmente nos momentos de urgência (Sales, 2010).

### **Variável 6 - Consigo realizar todas as minhas operações utilizando o aplicativo da cooperativa**

A variável 6 tem como finalidade mostrar se os “cooperados conseguem realizar todas as operações necessárias por meio do aplicativo da cooperativa”. A análise dos dados revela que a maioria dos cooperados (73% no total) afirma conseguir realizar

suas operações pelo aplicativo, há destaque positivo entre os cooperados da faixa etária de 22 a 32 anos, com maior nível de concordância total (33%), enquanto a faixa etária de até 21 anos apresenta uma maior proporção de respostas.

No teste de Mann-Whitney, os p-valores obtidos foram (0,010 e 0,913), indicando uma diferença estatisticamente significativa entre homens e mulheres em relação à facilidade de realizar todas as operações pelo aplicativo, pois o p-valor é menor que 0,05. Verifica-se que 3% das mulheres discordam, contra 26% dos homens.

Por outro lado, não foi encontrada uma diferença estatisticamente significativa entre cooperados com ensino médio e superior. Isso sugere que o nível educacional não influencia de forma significativa a percepção de facilidade de uso do aplicativo.

O teste de Kruskal-Wallis (p-valor: 0,305) não indica uma diferença significativa entre as faixas etárias. Ou seja, a facilidade de uso do aplicativo para realizar todas as operações não varia de forma estatisticamente relevante entre os diferentes grupos etários.

Segundo Santos, Rodrigues e Ribeiro (2022), aplicativos com boa usabilidade permitem que o usuário entenda como a tarefa deve ser realizada. Porém, devido ao baixo conhecimento digital dos participantes, dicas na tela podem ser úteis.

### **Variável 7 - Acho que os canais de comunicação da cooperativa são suficientes para atender às necessidades dos cooperados**

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

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

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

A variável 8 tem como finalidade mostrar a “satisfação dos cooperados com os serviços oferecidos pela cooperativa, em termos de atendimento das suas necessidades diárias”.

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

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

Sales (2010) defendem que a satisfação vai além do atendimento básico das expectativas, sendo necessário superar essas demandas para fortalecer a lealdade e o vínculo emocional com a instituição.

### **Variável 9 - Confio nas informações que recebo da cooperativa**

A variável 9 tem como finalidade mostrar a “confiança dos cooperados nas informações que recebem da cooperativa”. A análise dos dados revela que a confiança nas informações fornecidas pela cooperativa é alta (83% no total), especialmente entre os membros mais velhos e aqueles com maior nível educacional. No entanto, existe uma clara diferença entre faixas etárias, com os membros mais jovens expressando maior indiferença ou menor confiança. Entre os resultados dos p-valores para gênero (p-valor: 0,993), faixa etária (p-valor: 0,381), escolaridade (p-valor: 0,009, significativo), apenas a escolaridade apresenta um p-valor significativo, mostrando que há diferenças estatísticas entre os níveis educacionais na confiança nas informações recebidas. Cooperados com maior escolaridade tendem a confiar mais nas informações.

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

**Variável 10 - Estou satisfeito com os serviços e produtos oferecidos pela cooperativa**

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

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

Sales (2010) afirmam que satisfação não é deixar os clientes surpresos ou alegres, mas atender ou superar as suas expectativas, de modo que fiquem contentes com os resultados.

**Tabela 3:** Resultados da pesquisa – estatística descritiva.

		Gênero		Escolaridade		Faixa etária			Total
		Fem	Masc	Médio	Sup.	Até 21	22/32	33 +	
Acho importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa (Variável 1)	Concordo	89%	74%	79%	84%	74%	79%	92%	82%
	Indiferente	8%	26%	18%	16%	22%	21%	8%	17%
	Discordo	3%	0%	3%	0%	4%	0%	0%	1%
Prefiro tirar minhas dúvidas como cooperado por meio virtual (Variável 2)	Concordo	57%	51%	53%	55%	52%	58%	52%	54%
	Indiferente	30%	29%	32%	26%	39%	25%	24%	29%
	Discordo	14%	20%	15%	18%	9%	17%	24%	17%
Prefiro tirar as minhas dúvidas como	Concordo	54%	54%	59%	50%	70%	38%	56%	54%

cooperado diretamente na cooperativa (Variável 3)	Indiferente	38%	34%	26%	45%	22%	42%	44%	36%
	Discordo	8%	11%	15%	5%	9%	21%	0%	10%
	Concordo	76%	66%	79%	63%	65%	75%	72%	71%
Acredito que minha opinião como cooperado é valorizada e considerada pela cooperativa (Variável 4)	Indiferente	16%	23%	15%	24%	26%	13%	20%	19%
	Discordo	8%	11%	6%	13%	9%	13%	8%	10%
	Concordo	92%	86%	91%	87%	87%	88%	92%	89%
Tenho confiança na gestão da cooperativa e em sua comunicação com o cooperado (Variável 5)	Indiferente	5%	6%	6%	5%	9%	4%	4%	6%
	Discordo	3%	9%	3%	8%	4%	8%	4%	6%
	Concordo	84%	60%	76%	68%	65%	75%	76%	72%
Consigo realizar todas as minhas operações utilizando o aplicativo da cooperativa (Variável 6)	Indiferente	14%	11%	9%	16%	30%	4%	4%	13%
	Discordo	3%	29%	15%	16%	4%	21%	20%	15%
	Concordo	62%	51%	65%	50%	39%	58%	72%	57%
Acho que os canais de comunicação da cooperativa são suficientes para atender às necessidades dos cooperados (Variável 7)	Indiferente	22%	17%	18%	21%	39%	17%	4%	19%
	Discordo	16%	31%	18%	29%	22%	25%	24%	24%
	Concordo	78%	74%	71%	82%	87%	63%	80%	76%
Gosto de utilizar dos serviços da cooperativa, onde atende mais as minhas necessidades diárias (Variável 8)	Indiferente	19%	26%	29%	16%	13%	33%	20%	22%
	Discordo	3%	0%	0%	3%	0%	4%	0%	1%
	Concordo	81%	86%	85%	82%	65%	92%	92%	83%
Confio nas informações que recebo da cooperativa (Variável 9)	Indiferente	16%	9%	9%	16%	30%	4%	4%	13%
	Discordo	3%	6%	6%	3%	4%	4%	4%	4%
	Concordo	81%	86%	85%	82%	65%	92%	92%	83%

Estou satisfeito com os serviços e produtos oferecidos pela cooperativa (Variável 10)	Concordo	92%	77%	94%	76%	78%	83%	92%	85%
	Indiferente	3%	14%	6%	11%	17%	8%	0%	8%
	Discordo	5%	9%	0%	13%	4%	8%	8%	7%

Fonte: Pesquisa (2024)

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

No contexto, a variável 6 (p-valor: 0,010 – gênero) e a variável 9 (p-valor: 0,009 – faixa etária) mostraram um p-valor inferior a 5%, logo, recomenda-se que a hipótese nula seja descartada devido à variação observada nas medianas deste grupo estudado, tornando-se, portanto, estatisticamente relevante.

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

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

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

## CONCLUSÃO

Este estudo alcançou seu objetivo que foi analisar a perspectiva dos cooperados que estão envolvidos com entidades financeiras, seja por meio de bancos, associações ou cooperativas, quanto ao seu contentamento com os serviços e produtos disponibilizados.

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

A pesquisa revelou como a comunicação nas instituições cooperativas influencia a confiança e a colaboração entre os cooperados. Notou-se uma diferença estatística relacionada ao gênero, especialmente no que diz respeito ao uso do aplicativo para transações financeiras; as mulheres se mostraram mais confiantes nesse aspecto. Além disso, os cooperados mais jovens demonstraram menor confiança nas informações recebidas de suas respectivas instituições cooperativas.

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

- 49% dos cooperados concordam na importância de receber informações sobre as decisões políticas adotadas pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Variável 1);
- 55% acham importante receber informações sobre as decisões e políticas adotadas pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Variável 2);
- 54% preferem tirar suas dúvidas, como cooperado, diretamente na cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Variável 3);
- 70 % dos cooperados acreditam que sua opinião é valorizada e considerada pela cooperativa. Os testes estatísticos não apresentaram diferenças

significativas entre os grupos por gênero, escolaridade e faixa etária (Variável 4);

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

A contribuição da pesquisa foi oferecer insights valiosos para gestores de cooperativas, destacando a importância de fortalecer a transparência, comunicação e inclusão na organização.

A análise demonstrou que a maioria dos cooperados valoriza a comunicação eficaz e transparente, o que reforça a confiança e o engajamento. A principal

contribuição desta pesquisa está em oferecer uma base empírica para o aprimoramento na gestão de cooperativas, especialmente nas áreas de comunicação e atendimento.

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

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

## REFERÊNCIAS

- ABRANTES, J. **Associativismo e cooperativismo**. Rio de Janeiro: Interciência, 2004.
- ALVES, K. de C.; PROCÓPIO, F. L; GONÇALVES, M. C da Silva. PDF Cooperativismo e mulheres: um estudo de caso em uma cooperativa de crédito de livre admissão do Noroeste de Minas Gerais. **Altus Ciência**, v. 14, n. 14, p. 221-246, 2022.
- AUGUSTO, C. A., SOUZA, J. P. D., DELLAGNELO, E. H. L., CARIO, S. A. F. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 51, 745-764, 2013.
- BALDISSARELLI, Juciele Marta et al. A INSERÇÃO DAS MULHERES NO COOPERATIVISMO VIDEIRENSE. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, v. 7, n. 1, p. 80-94, 2018.
- BARBOSA, Kauai Cavalcante. Movimentos Migratórios na Amazônia: o caso das reservas de desenvolvimento sustentável Amanã e Mamirauá no Médio Solimões. **Anais do XVI Simpósio Nacional de Geografia Urbana-XVI SIMPURB**, v. 1, p. 1385-1399, 2019.
- BERLANDA, Natalia et al. Cooperativismo e desenvolvimento local. OLIVEIRA, RJ Extensão rural: práticas e pesquisas para o fortalecimento da agricultura familiar. **Guarujá: Científica Digital**, v. 1, p. 179-194, 2021.
- BINOTTO, E. et al. A contribuição do conhecimento no espaço das propriedades rurais. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 13, n. 1, 2012.

ENTRE CONFIANÇA E DESAFIOS: UM OLHAR DO COOPERADO PARA O CRÉDITO COOPERATIVO. Claudio Luiz CHIUSOLI; Bianca ZUBKO; Kawane Gabriela Machado SCHON; Thais ZUBKO; Elis Fernanda Ferreira dos SANTOS; Rafael Henrique Dziobot do NASCIMENTO. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 - FLUXO CONTÍNUO. 2025 – MÊS DE MAIO - Ed. 62. VOL. 01. Págs. 187-210. <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: [jnt@faculdefacit.edu.br](mailto:jnt@faculdefacit.edu.br).

BRITO, P. A. et al. Contexto cooperativo: um framework de análise para participação e deliberação. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 10, p. 84150-84171, 2020.

BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A. B. Trabalho de Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX. In: **Cadernos de Pesquisa**, v. 34, n. 121, p. 105-138, 2004.

CASTRO ALVES, K.; PROCÓPIO, L. F.; SILVA G. M. C. Cooperativismo e mulheres: um estudo de caso em uma cooperativa de crédito de livre admissão do Noroeste de Minas Gerais. **Altus Ciência**, 14(14), 221-246, 2022.

CINTRA, S. V.; COSAC, C. M. D. **As melhores empresas para as mulheres trabalharem**: o que elas dizem sobre o ambiente onde trabalham. *Fazendo Gênero 8-Corpo, Violência e Poder*. Florianópolis, 2008.

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

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

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

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

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

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

PAIVA, B. G. M.; SANTOS, N. M. B. F. Um estudo do cooperativismo de crédito no Brasil. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, Três Corações, v. 15, n. 2, p. 596-619, dez. 2017.

PEREIRA, E. A.; SILVA, S. P.; Carvalho, F. J. Cooperativismo e desenvolvimento local: uma análise da atuação estratégica da credcooper de Caratinga/MG. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, 10(19), e68296-e68296, 2023.

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

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

SALVARO, G. I. J.; ESTEVAM, D. de Ol.; FELIPE, D. F. Mulheres em cooperativas rurais virtuais: reflexões sobre gênero e subjetividade. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 34, p. 390-405, 2014.

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

SANTOS, S. D. O., RODRIGUES, A. B. A. M., & RIBEIRO, Í. M. D. S. Usability Evaluation of mobile banking applications in the context of the elderly in a city of Ceará. **In Proceedings of the XXII Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems** (pp. 1-11), 2023.

SAUSEN, J. D. F. C. L.; BAGGIO, D. K.; BUSSLER, N. R. C. Gestão humanizada em tempos de pandemia: impactos e contribuições para o cooperativismo. **Revista Alcance**, 28(3), 374-391, 2021.

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

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

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

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

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

SISTEMA OCB. Anuário COOP 2023. Anuário COOP, Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://anuario.coop.br/ramos/credito>. Acesso em: 13 mar. 2025.

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

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