

A PERCEPÇÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES SOBRE O RESPEITO NAS RELAÇÕES COM COOPERATIVAS DE CRÉDITO *FAMILY FARMERS' PERCEPTION OF RESPECT IN RELATIONSHIPS WITH CREDIT COOPERATIVES*

Ricardo Alberti

Centro de Ensino Norte Riograndense

r-alberti@live.com

Janaína Balk Brandão

Universidade Federal de Santa Maria/Universidade Federal de Rio Grande do Sul

janainabalkbrandao@gmail.com

Grupo de Trabalho (GT): GT nº 6 - Cooperativismo, associativismo e demais ações coletivas no meio rural

Resumo

A agricultura familiar é responsável por abastecer o país com alimentos, porém a própria agricultura é abastecida de respeito e reconhecimento? Para entender essa relação o estudo investiga como os agricultores familiares percebem o respeito nas relações com as cooperativas de crédito. O método utilizado utiliza uma abordagem mista e integrando procedimentos qualitativos e quantitativos. Na etapa qualitativa entrevistou-se 58 agricultoras e agricultores familiares das regiões Norte e Centro do Rio Grande do Sul, selecionados por uma amostra não probabilística. Na etapa quantitativa, participaram 414 agricultores familiares. Os dados foram coletados por meio de questionários, com foco nas dimensões de Bem-estar e Identificação Organizacional. Os resultados mostraram que os agricultores associam bem-estar ao acolhimento, respeito e representatividade nas cooperativas, mas criticam a falta de adequação cultural nas campanhas institucionais. Já com relação a identificação organizacional, embora muitos se sintam orgulhosos de pertencer à cooperativa, há queixas de falta de escuta real e representatividade, afetando o sentimento de pertencimento. A maioria dos 414 agricultores avalia positivamente o acolhimento e respeito nas cooperativas, com média geral de 4,1 de 5 na dimensão de bem-estar. Já a média de 3,8 de 5 indica identificação organizacional moderada, com destaque para confiança institucional, mas com críticas à pouca representatividade em decisões e ações. Apesar da percepção positiva geral, alguns agricultores apontam burocracia e falhas de comunicação como obstáculos ao acolhimento pleno e contínuo com relação ao bem-estar. Com relação a identificação organizacional, o sentimento de pertencimento é enfraquecido por percepções de favoritismo e exclusão, revelando a necessidade de práticas mais justas e transparentes.

Palavras-chave: Respeito Organizacional; Agricultura Familiar; Cooperativas de Crédito; Bem-estar; Identificação Organizacional.

Abstract

Family farming is responsible for supplying the country with food, but is agriculture itself supplied with respect and recognition? To understand this relationship, the study investigates how family farmers perceive respect in their relationships with credit cooperatives. The method used adopts a mixed approach, integrating both qualitative and quantitative procedures. In the qualitative phase, 58 family farmers from the North and Central regions of Rio Grande do Sul were interviewed, selected through a non-probabilistic sample. In the quantitative phase, 414 family farmers participated. Data were collected through questionnaires, focusing on the dimensions of Well-being and Organizational Identification. The results showed that farmers associate well-being with welcoming, respect, and representativeness within the cooperatives, but they criticize the lack of cultural adequacy in institutional campaigns. Regarding organizational identification, although many feel proud to belong to the cooperative, there are complaints about a lack of genuine listening and representativeness, which affects their sense of belonging. The majority of the 414 farmers rated the welcoming and respect in cooperatives positively, with an overall average of 4.1 out of 5 in the well-being dimension. Meanwhile, the average of 3.8 out of 5 indicates moderate organizational identification, with emphasis on institutional trust, but with criticism toward limited

representativeness in decisions and actions. Despite the overall positive perception, some farmers point out bureaucracy and communication failures as obstacles to full and continuous support in terms of well-being. Regarding organizational identification, the sense of belonging is weakened by perceptions of favoritism and exclusion, highlighting the need for fairer and more transparent practices.

Key words: Organizational Respect; Family Farming; Credit Cooperatives; Well-being; Organizational Identification.

1. Introdução

A agricultura familiar é um dos principais pilares da produção de alimentos e da sustentabilidade socioeconômica nas zonas rurais do Brasil. Além de garantir a segurança alimentar, essa forma de produção preserva saberes tradicionais, fortalece os vínculos comunitários e sustenta economias locais (Brasil, 2024; Brandão et al., 2021). Dentro desse cenário, as cooperativas de crédito emergem como agentes estratégicos, não apenas pelo suporte financeiro que oferecem, mas também pela capacidade de promover inclusão, reconhecimento e participação cidadã.

No cooperativismo de crédito, as relações de respeito entre agricultores e cooperativas extrapolam os limites econômicos, adentrando o campo das experiências subjetivas como o bem-estar e o sentimento de pertencimento. Enwereuzor; Ugwu; Ugwu (2023), destacam que essas dimensões subjetivas são cruciais para o fortalecimento institucional das cooperativas e para o comprometimento de seus associados.

O respeito organizacional emerge como elemento essencial, capaz de fortalecer ou fragilizar os vínculos entre associados e cooperativas (Gupta; Wang; Cai, 2020; Hai et al., 2020). A forma como os agricultores são acolhidos, ouvidos e representados pode impactar diretamente sua percepção sobre a organização e influenciar seu envolvimento com a vida cooperativa. Nessa perspectiva, variáveis como o bem-estar e a identificação organizacional passam a ser compreendidas não apenas como desdobramentos institucionais, mas como expressões das experiências vividas por esses sujeitos no interior das cooperativas.

Entretanto, embora o cooperativismo traga em sua essência os princípios de participação, equidade e solidariedade, ainda persistem desafios relacionados à inclusão e à representatividade de diferentes perfis de agricultores. Como destaca Alberti (2025, p. 170), a identificação organizacional, diferencial das cooperativas, ainda apresenta lacunas quando os associados não se sentem reconhecidos ou representados pela organização.

Diante desse cenário, torna-se pertinente investigar como os agricultores familiares percebem o respeito nas relações com as cooperativas de crédito. Compreender essas percepções é fundamental para aprimorar as práticas institucionais e fortalecer os vínculos entre

cooperativas e associados, contribuindo para uma atuação mais justa, inclusiva e sustentável no meio rural.

2. Referencial Teórico

A noção de respeito organizacional, quando aplicada ao contexto organizacional, ultrapassa a esfera da cortesia e está relacionada ao reconhecimento da dignidade e da legitimidade do outro nas interações sociais. De acordo com Rogers, Ashforth (2019), o respeito nas relações institucionais se expressa por meio da escuta ativa, do tratamento equitativo e do reconhecimento das contribuições individuais, elementos que fortalecem o vínculo entre pessoas e organizações.

No cooperativismo, esse aspecto adquire relevância especial, pois envolve não apenas relações formais, mas também laços de confiança e reciprocidade. Alberti (2025, p. 265) define “o respeito organizacional como a manifestação do status social, refletindo as expectativas do indivíduo ao interagir, direta ou indiretamente, com uma organização em determinada cultura”. Dessa forma o respeito tem como suas variáveis o bem-estar e a identificação organizacional, e está diretamente ligado à qualidade do atendimento, à representatividade simbólica e à inclusão de diferentes grupos sociais, sendo percebido como um fator que impacta o sentimento de pertencimento dos associados (Büttenbender; Berkmann; Sparenberger, 2022).

A identificação organizacional, por sua vez, refere-se ao grau em que os indivíduos se percebem como parte integrante de uma organização, compartilhando seus valores, objetivos e identidade institucional. Ashworth e Bourassa (2000) definem esse conceito como um processo cognitivo e emocional, no qual o sujeito constrói sua identidade social a partir da associação com um coletivo. Segundo Ng (2016), a identificação organizacional está fortemente ligada ao orgulho de pertencer e à percepção de reconhecimento institucional. No contexto das cooperativas de crédito, Souza, Follmann e Alberti (2025) apontam que ainda há lacunas nesse processo, principalmente quando os agricultores familiares não se sentem representados pela linguagem, pelas práticas ou pela imagem institucional da cooperativa, o que pode gerar distanciamento e desmobilização.

O bem-estar é outro elemento relevante para a compreensão das relações entre agricultores familiares e cooperativas. Segundo Clarke e Mahadi (2017), o bem-estar no trabalho está relacionado às condições psíquicas e simbólicas de realização pessoal e social no ambiente institucional. Já Nguyen et al. (2018) ampliam essa visão ao incluir fatores como satisfação, afetividade e suporte organizacional. No cooperativismo, o bem-estar está associado

à percepção de acolhimento, escuta, valorização da diversidade e justiça nas relações. Alberti (2025) destaca que um ambiente representativo e respeitoso — com presença de diversidade nos atendimentos, comunicação inclusiva e linguagem acessível — pode contribuir significativamente para elevar os índices de bem-estar entre os associados.

Em contextos rurais, marcados por desafios históricos de exclusão e invisibilidade, essas dimensões subjetivas ganham ainda mais relevância. Como observam Alberti, Brandão e Reisdorfer (2023), instituições que promovem o reconhecimento simbólico e a valorização da diversidade tendem a estimular maior engajamento e confiança entre seus públicos. Assim, compreender como os agricultores familiares percebem essas dimensões nas relações com suas cooperativas de crédito é essencial para promover práticas mais inclusivas, participativas e sustentáveis no cooperativismo rural.

3. Método

Este estudo adota uma abordagem metodológica mista, integrando procedimentos qualitativos e quantitativos com o objetivo de compreender e analisar a percepção de agricultores familiares sobre o respeito nas relações com cooperativas de crédito. A pesquisa busca investigar, de forma articulada, as dimensões do bem-estar e da identificação organizacional no contexto dessas relações.

A etapa qualitativa envolveu 58 agricultoras e agricultores familiares do estado do Rio Grande do Sul, selecionados por uma amostra não probabilística. As entrevistas em profundidade foram realizadas nas regiões Norte e Centro do estado. A coleta foi conduzida com o auxílio de um roteiro semiestruturado, contendo perguntas abertas relacionadas à percepção de respeito, acolhimento institucional, representatividade e sentimento de pertencimento. Os dados qualitativos foram tratados a partir da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), com codificação temática orientada pelas dimensões analíticas do estudo.

Na etapa quantitativa, participaram 414 agricultores familiares, oriundos das mesmas regiões geográficas. Os dados foram coletados por meio da aplicação da Escala de Respeito Organizacional (ERO), desenvolvida por Alberti (2025), com foco nas dimensões de Bem-estar e Identificação Organizacional. A escala, estruturada em formato Likert de cinco pontos, permitiu mensurar a intensidade da percepção dos participantes em relação ao respeito institucional vivenciado nas cooperativas. Os dados foram tabulados e analisados por meio de procedimentos estatísticos descritivos, com o apoio de software R.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. A pesquisa respeitou os princípios éticos definidos pela Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, sendo submetida e aprovada por Comitê de Ética através do parecer 5.533.516.

4. Discussão e resultados

Os resultados serão discutidos em três sessões, iniciando com os dados qualitativos, dados quantitativos e finalizando com uma discussão dos dados.

4.1 Pesquisa Qualitativa

A presente seção apresenta os principais achados da pesquisa, com base na análise qualitativa realizada a partir das entrevistas em profundidade com 58 agricultores e agricultoras familiares das regiões Norte e Centro do Rio Grande do Sul. Os dados foram organizados em categorias temáticas, conforme os eixos analíticos do estudo: Bem-estar e Identificação Organizacional.

4.1.1 Bem-estar

Os relatos dos(as) agricultores(as) familiares evidenciaram que o bem-estar nas cooperativas de crédito está intimamente ligado à sensação de acolhimento, segurança e representatividade dentro da instituição. Foram frequentes as menções à importância de um ambiente respeitoso e cordial, onde os associados se sentem ouvidos e valorizados em suas demandas.

Como aponta Alberti (2025, p. 171), “no caso das cooperativas de crédito, o bem-estar relaciona-se a elementos como: um ambiente representativo e acolhedor para os associados, presença de atendentes de diferentes gêneros, propagandas que representem todas as etnias e atendimentos realizados de maneira respeitosa”. Essa percepção foi confirmada por diversos depoimentos, que ressaltaram o cuidado das cooperativas em tratar os agricultores com igualdade, independentemente de sua origem, escolaridade ou porte produtivo.

Contudo, também emergiram críticas relacionadas à ausência de representatividade nas ações institucionais, especialmente no que tange à linguagem e à estética das campanhas publicitárias, que, segundo alguns entrevistados, “parecem feitas para grandes empresários, e

não para quem vive da roça”. Essas percepções indicam que, embora haja avanços na construção de ambientes respeitosos, ainda existem desafios em promover um bem-estar que contemple a diversidade cultural, social e econômica do público rural.

4.1.2 Identificação Organizacional

A identificação organizacional surgiu como um aspecto ambivalente nas falas dos(as) entrevistados(as). De um lado, muitos demonstraram orgulho em pertencer a uma instituição cooperativa, valorizando os princípios da cooperação, da participação e da mutualidade. Sentimentos de confiança e pertencimento foram associados a experiências positivas com gestores locais e participação em assembleias ou eventos da cooperativa.

Entretanto, como destaca Alberti (2025, p. 170), “a identificação organizacional, diferencial das cooperativas, ainda apresenta lacunas quando os associados não se sentem reconhecidos ou representados pela organização”. Essa lacuna foi expressa em depoimentos que indicaram certo distanciamento entre a gestão da cooperativa e a realidade dos agricultores, especialmente os de menor expressão econômica ou oriundos de comunidades tradicionalmente marginalizadas.

Alguns participantes relataram que “a cooperativa escuta, mas não escuta de verdade”, demonstrando uma percepção de respeito formal, porém superficial. A identificação parece estar diretamente ligada à capacidade da instituição de reconhecer as singularidades de seus associados, valorizando suas histórias, saberes e necessidades. Quando essa valorização não é percebida, há uma tendência ao desengajamento e à perda do sentimento de pertencimento organizacional.

No contexto cooperativo o respeito se materializa na forma como os agricultores são acolhidos, ouvidos e representados nas práticas institucionais. As percepções de bem-estar e identificação organizacional estão diretamente relacionadas à presença (ou ausência) de ações que valorizem a trajetória, a cultura e a diversidade dos associados. Quando as cooperativas reconhecem os agricultores não apenas como clientes, mas como sujeitos sociais ativos e legítimos, capazes de influenciar decisões e contribuir para a construção coletiva da organização, o respeito se transforma em engajamento, pertencimento e fidelização.

Por outro lado, quando há distanciamento simbólico ou práticas que invisibilizam certos perfis de agricultores, especialmente os mais vulneráveis, o respeito é fragilizado, impactando negativamente a identificação com a cooperativa e reduzindo a participação ativa dos

associados. Assim, fortalecer o respeito nas relações institucionais é essencial para promover um cooperativismo mais inclusivo, democrático e sensível às realidades do meio rural brasileiro.

4.2 Pesquisa quantitativa

A etapa quantitativa da pesquisa teve como objetivo mensurar a percepção dos agricultores familiares em relação ao respeito organizacional, a partir das dimensões de Bem-estar e Identificação Organizacional, conforme a Escala de Respeito Organizacional (ERO) de Alberti (2025). A amostra foi composta por 414 respondentes, todos agricultores(as) familiares associados a cooperativas de crédito atuantes nas regiões Norte e Centro do Rio Grande do Sul.

4.2.1 Bem-estar

A dimensão Bem-estar avaliou a forma como os participantes se sentem acolhidos pelas cooperativas, contemplando aspectos como ambiente institucional, atendimento, representatividade simbólica e comunicação. Os resultados gerais indicaram níveis moderadamente altos de bem-estar, com média geral de 4,1 pontos em uma escala de 1 a 5, o que sugere que os agricultores se sentem, em sua maioria, respeitados e acolhidos pelas cooperativas.

O Quadro 1 apresenta a distribuição de respostas, destacando que 369 respondentes concordaram total ou parcialmente com a afirmação "Me sinto bem quando vou à cooperativa", demonstrando um ambiente percebido como receptivo. A afirmativa "A cooperativa faz eu me sentir importante" obteve também uma alta taxa de concordância (290 respostas positivas), enquanto a afirmação " Sinto que sou deixado de lado na cooperativa " teve 324 discordâncias, reforçando a percepção positiva geral.

Quadro 1 – Distribuição de respostas de acordo com o Bem-estar percebido

	Número de respostas e porcentagem em cada alternativa
--	---

Questão por extenso	Concordo totalmente	Concordo	Nem concordo e nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
1 - Me sinto bem quando vou à cooperativa	178 (43,0%)	191 (46,1%)	37 (8,9%)	6 (1,4%)	3 (0,7%)
2 - A cooperativa faz eu me sentir importante	124 (30,0%)	166 (40,1%)	91 (22,0%)	28 (6,8%)	6 (1,4%)
3 – Sinto que sou deixado de lado na cooperativa (Nunca me senti deixado de lado na cooperativa)	8 (1,9%)	27 (6,5%)	56 (13,5)	194 (46,9%)	130 (31,4%)

Fonte: Dados de pesquisa (2024).

As afirmativas 1, 2 e 3, relacionadas ao bem-estar dos agricultores familiares associados às cooperativas de crédito, revelam percepções majoritariamente positivas sobre o ambiente institucional e as relações interpessoais no contexto cooperativo. A afirmativa 2, “*Me sinto bem quando vou à cooperativa*”, alcançou 88,91% de concordância geral (43,0% concordam totalmente e 46,1% concordam), indicando que os cooperados percebem a cooperativa como um espaço acolhedor, confortável e emocionalmente satisfatório. Esse resultado está em consonância com os estudos de Rogers et al. (2018) e Wang et al. (2023), que destacam que o respeito organizacional é um fator-chave para a promoção de ambientes positivos, engajadores e sustentáveis, especialmente em organizações baseadas em valores comunitários, como as cooperativas.

Por sua vez, a afirmativa 2, “*A cooperativa faz eu me sentir importante*”, também apresentou um resultado positivo, com 69,88% de concordância geral (29,88% concordam totalmente e 40,1% concordam). No entanto, este índice é consideravelmente inferior ao observado na afirmativa anterior, o que indica que, embora exista uma percepção de reconhecimento, ainda há espaço para aprimoramento no que diz respeito à valorização individual dos cooperados. Clarke e Mahadi (2017) ressaltam que o sentimento de importância está diretamente relacionado ao respeito mútuo e à valorização dos indivíduos como sujeitos ativos dentro da organização. Assim, reforça-se a necessidade de práticas mais consistentes de reconhecimento e valorização, como o fortalecimento da escuta ativa e da participação em processos decisórios.

A afirmativa 3, “*Sinto que sou deixado(a) de lado na cooperativa*”, foi invertida para fins de análise interpretativa e revelou que 78,08% dos participantes não se sentem excluídos, com 46,9% discordando e 31,4% discordando totalmente da assertiva. Embora esse dado seja bastante positivo, pois indica a predominância de um sentimento de pertencimento entre os

cooperados, ele também sugere a presença de um grupo significativo (21,9%) que se sente indiferente ou, de fato, excluído. De acordo com Bourassa et al. (2018), a ausência de exclusão não equivale à inclusão efetiva, que exige iniciativas proativas para o engajamento e a participação plena dos membros. Van Quaquebeke et al. (2009) complementam ao afirmar que o descompasso entre as expectativas dos associados e as práticas institucionais pode comprometer o bem-estar coletivo e gerar distanciamento emocional da organização.

Portanto, embora os dados indiquem uma percepção positiva geral de bem-estar entre os agricultores familiares, os resultados também sinalizam a importância de avanços qualitativos nas práticas de gestão da convivência, no fortalecimento do sentimento de importância dos membros e na construção de um ambiente organizacional mais inclusivo e participativo.

4.2.2 Identificação Organizacional

Na dimensão Identificação Organizacional, buscou-se compreender o grau de alinhamento dos agricultores familiares com os valores, objetivos e imagem institucional das cooperativas de crédito às quais estão vinculados. Essa identificação é um elemento-chave no fortalecimento do vínculo simbólico e afetivo dos associados com a organização, influenciando o engajamento e a permanência no quadro social da cooperativa (ROGERS; ASHFORTH, 2019).

Os resultados indicaram um nível médio de identificação organizacional, com média geral de 3,9 pontos em uma escala de 1 a 5. A maioria dos participantes relatou sentir orgulho em pertencer à cooperativa e 62% afirmaram que recomendariam a instituição a outros agricultores familiares. Esses dados evidenciam um vínculo afetivo e uma percepção positiva sobre o papel da cooperativa em suas vidas.

O Quadro 2 ilustra a distribuição das respostas referentes aos itens dessa dimensão. A afirmativa “Tenho orgulho de ser associado” alcançou 79,3% de concordância entre os respondentes, sendo um indicador significativo de valorização e pertencimento. Já o item “Hoje me sinto parte da cooperativa” contou com 320 respostas positivas, reforçando o sentimento de inclusão entre a maioria dos associados.

Quadro 2 – Distribuição de respostas de acordo com o Identificação Organizacional

Questão por extenso	Número de respostas e porcentagem em cada alternativa				
	Concordo totalmente	Concordo	Nem concordo e nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
4 - Hoje me sinto parte da cooperativa	139 (33,6%)	181 (43,7%)	68 (16,4%)	21 (5,1%)	6 (1,4%)
5 – <u>Na cooperativa, às vezes, sinto que certas pessoas recebem tratamento preferencial, o que gera desconforto e desconfiança</u> (Na cooperativa ninguém recebe tratamento preferencial, tornando-a mais confiável.)	57 (13,8%)	92 (22,2%)	99 (23,9%)	91 (22,0%)	76 (18,4%)
6 - Tenho orgulho de ser associado	144 (34,8%)	185 (44,7%)	67 (16,2%)	11 (2,7%)	8 (1,9%)
7 - Percebo a participação dos jovens na cooperativa	148 (35,7%)	199 (48,1%)	44 (10,6%)	17 (4,1%)	7 (1,7%)

Fonte: Dados de pesquisa (2024).

A identificação organizacional dos agricultores familiares com suas cooperativas de crédito foi investigada e revelou uma percepção geral moderadamente positiva. Na afirmativa 4, “*Hoje me sinto parte da cooperativa*”, 77,1% dos participantes concordaram total ou parcialmente, indicando um senso de pertencimento entre a maioria dos cooperados. Esse sentimento é essencial para a construção de vínculos organizacionais duradouros e está diretamente relacionado à valorização dos membros dentro da estrutura institucional. Conforme destacado por Abid et al. (2018), a identificação organizacional se fortalece em ambientes nos quais os membros sentem-se reconhecidos, ouvidos e conectados aos valores e propósitos da organização.

Por outro lado, a afirmativa 5, “*Na cooperativa ninguém recebe tratamento preferencial, tornando-a mais confortável e confiável*”, teve apenas 40,2% de concordância total ou parcial, revelando uma percepção crítica sobre a equidade de tratamento no ambiente cooperativo. O resultado sugere que uma parcela significativa dos cooperados percebe a existência de favorecimentos, o que pode comprometer a confiança nas práticas internas da instituição. De acordo com Blader e Yu (2017), a percepção de injustiças ou tratamentos desiguais no ambiente organizacional tende a enfraquecer os vínculos identitários e reduzir o comprometimento dos membros com os objetivos coletivos da organização.

Além disso, a afirmativa 6, “*Tenho orgulho de ser associado*”, obteve um índice elevado de identificação simbólica, com 79,3% de concordância. O orgulho de pertencer à cooperativa está frequentemente relacionado à valorização do papel dos associados e à percepção positiva da imagem institucional. Rogers e Ashforth (2019) argumentam que o orgulho organizacional pode impulsionar o engajamento emocional dos membros, promovendo comportamentos colaborativos e senso de missão compartilhada.

A afirmativa 7, “*Percebo a participação dos jovens na cooperativa*”, também apresentou resultado expressivo, com 83,6% de concordância total ou parcial. Esse dado indica uma percepção favorável quanto à renovação geracional e à integração de novos perfis na cooperativa, o que pode fortalecer a identidade organizacional ao longo do tempo. Ng et al. (2016) reforçam que a presença ativa dos jovens contribui para a inovação, continuidade institucional e sustentabilidade das práticas cooperativas.

Dessa forma, a dimensão da identificação organizacional revela um cenário no qual a maioria dos cooperados se sente emocionalmente vinculada à cooperativa, embora existam fragilidades relacionadas à percepção de justiça e equidade que devem ser abordadas para promover uma identificação mais plena e participativa.

4.3 Discussão dos dados

Embora os resultados revelem uma percepção amplamente positiva de bem-estar por parte dos agricultores familiares, algumas críticas importantes merecem destaque. Apesar de a maioria relatar satisfação com o atendimento e a relação com as cooperativas, surgem reclamações sobre burocracia excessiva e inconsistência no acolhimento, conforme relatado por entrevistados: “*É muita burocracia... precisa de documento aqui, avalista dali*” e “*Depende o dia, eu tinha conta, daí mandaram um advogado me cobrar... pesou o clima*”. Essas observações apontam que, embora exista um esforço por parte das cooperativas em manter um ambiente acolhedor, barreiras institucionais e falhas pontuais na comunicação e na escuta ativa podem afetar negativamente a experiência dos cooperados.

A literatura indica que o respeito organizacional não se resume ao tratamento cordial, mas também ao reconhecimento das necessidades contextuais e emocionais dos associados (ROGERS; CORLEY; ASHFORTH, 2017). Logo, para promover um bem-estar mais consistente, é necessário equilibrar exigências operacionais com práticas empáticas e humanizadas.

No que diz respeito à identificação organizacional, os dados evidenciam um sentimento geral de pertencimento e orgulho em fazer parte da cooperativa. No entanto, essa identificação simbólica é tensionada por percepções de tratamento desigual e favoritismo, mencionadas tanto nas entrevistas quanto nas escalas aplicadas. A afirmativa que trata da inexistência de tratamento preferencial obteve apenas 40,2% de concordância, e diversos participantes relataram desconforto com a ideia de que “certas pessoas têm mais acesso ou visibilidade dentro da cooperativa”.

Esse dado é consistente com críticas relacionadas à ausência de transparência e à dificuldade de participação efetiva nas decisões coletivas, indicando que a identificação não se traduz, para parte dos cooperados, em sentimento de influência ou representatividade real. Como destacam Blader e Yu (2017), práticas percebidas como injustas ou excludentes comprometem o respeito organizacional e, por consequência, o vínculo dos membros com a instituição. Assim, para fortalecer a identificação organizacional, é necessário que as cooperativas desenvolvam mecanismos mais democráticos, equitativos e transparentes de gestão e representação.

Os dados e relatos analisados reforçam que o respeito organizacional é um alicerce indispensável para a construção de relações duradouras e saudáveis entre cooperativas e agricultores familiares. Trata-se de uma prática que ultrapassa a cordialidade formal e se materializa em ações que reconhecem e acolhem as diferenças, que escutam de forma legítima e que garantem oportunidades equitativas de participação. Promover o respeito, portanto, é mais do que uma questão de justiça — é uma estratégia fundamental para fortalecer o compromisso dos cooperados, a legitimidade das instituições e a sustentabilidade das práticas cooperativistas no meio rural.

5. Conclusão

Com base nos achados deste estudo, conclui-se que o respeito organizacional desempenha um papel central nas relações entre agricultores familiares e cooperativas de crédito, influenciando diretamente o bem-estar e a identificação organizacional dos associados. Através da análise qualitativa e quantitativa das dimensões de bem-estar e identificação organizacional, observou-se que, embora haja uma percepção majoritariamente positiva entre os associados — expressa no sentimento de acolhimento, orgulho e pertencimento —, persistem desafios relacionados à inclusão efetiva, tratamento equitativo e participação ativa nos processos decisórios.

Essas lacunas apontam para a necessidade de práticas mais sensíveis e dialógicas, que não apenas reconheçam a diversidade dos sujeitos que compõem as cooperativas, mas que também assegurem espaços de escuta e representação.

A promoção de um ambiente respeitoso e participativo requer mais do que boas intenções: exige ações concretas que garantam a valorização dos associados em sua totalidade. Assim, fortalecer o respeito organizacional nas cooperativas de crédito não é apenas uma estratégia de gestão, mas um compromisso com a construção de um cooperativismo mais justo, inclusivo e alinhado aos princípios de solidariedade que historicamente fundamentam esse modelo.

Este estudo apresenta algumas limitações, como a delimitação regional (norte e centro do Rio Grande do Sul), o que pode restringir a generalização dos resultados para outros contextos cooperativistas do Brasil. Para pesquisas futuras, sugere-se explorar a percepção de respeito organizacional em cooperativas de diferentes portes e regiões do país, bem como aprofundar o papel das questões de gênero, juventude e diversidade cultural na vivência do respeito nas organizações cooperativas. Estudos longitudinais também poderiam investigar como as práticas institucionais evoluem ao longo do tempo e seu impacto no fortalecimento dos vínculos organizacionais.

Referências

ABID, G.; IJAZ, S.; BUTT, T.; FAROOQI, S.; REHMAT, M. Impact of perceived internal respect on flourishing: A sequential mediation of organizational identification and energy. **Cogent Bus. Manag.** v. 5, n. 1, 2018.

ALBERTI, Ricardo. **Respeito organizacional: desvendando a relação entre cooperativas de crédito e a agricultura familiar no Rio Grande do Sul**. 2025. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2025.

ASHWORTH, L.; BOURASSA, M. A. Inferred respect: a critical ingredient in customer satisfaction. **European Journal of Marketing**, v. 54, n. 10, p. 2447-2476, 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luiz Antero Reto, Augusto Pinheiro, 1º edição, 3º reimpressão, São Paulo: edições 70, 2011.

BLADER, S. L.; YU, S. **Are Status and Respect Different or Two Sides of the Same Coin?**. **ANNALS**, v. 11, p. 800–824, 2017. Disponível em:

<<https://doi.org/10.5465/annals.2015.0150>>. Acessado em 28 de janeiro de 2021.

Doi: <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0150>.

BOURASSA, M. A.; ASHWORTH, L.; CUNNINGHAM, P. H.; HANDELMAN, J. Respect in Buyer / Seller Relations. **Canadian Journal of Administrative Sciences, Revue canadienne des sciences de l'administration**, v. 35, p. 198–213, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/CJAS.1426>>. Acessado em 15 de janeiro de 2021. Doi: 10.1002/CJAS.1426.

BRANDÃO, J. B. et al. **Do campo para os mercados**. 1. ed. Santa Maria: Editora UFSM, 2021.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar. **O Brasil que alimenta: uma celebração à agricultura familiar**. Brasília: MDA, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mda/pt-br/noticias/2024/10/o-brasil-que-alimenta-uma-celebracao-a-agricultura-familiar>. Acesso em: 06 abr. 2025.

BÜTTENBENDER, P. L.; BERKMANN, B. A.; SPAREMBERGER, A. Cooperativismo e crédito rural da agricultura familiar como fomento ao desenvolvimento sustentável: estudo em uma cooperativa de interação solidária. **Informe GEPEC**, v. 26, n. 1, p. 330–347, 2022. Disponível em: <http://saber.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/26936>. Acesso em: 15 mar. 2022.

CLARKE, N.; MAHADI, N. The significance of mutual recognition respect in mediating the relationships between trait emotional intelligence, affective commitment and job satisfaction. **Pers. Individ. Differ.** v. 105, p. 129-134, 2017.

ENWEREUSOR, I. K.; UGWU, L. E.; UGWU, L. I. Unlocking the mask: how respectful engagement enhances tacit knowledge sharing among organizational members. **International Journal of Manpower**, v. 44, n. 1, p. 95-112, 2023.

GUPTA, B.; WANG, K. Y.; CAI, W. Interactional justice and willingness to share tacit knowledge: perceived cost as a mediator, and respectful engagement as moderator. **Personnel Review**, v. 50, n. 2, p. 478-497, 2021.

HAI, M.; LATIF, S.; BILAL, A. R.; AHMAD, B. Respect: give it to get it! Does leadership complimented with respect can foster creativity? **International Journal of Emerging Markets**, p. 1746-8809, 2020.

NG, T. W. H. Embedding employees early on: the importance of workplace respect. **Pers. Psychol.** v. 69, n. 3, p. 599-633, 2016.

- NGUYEN, D. T. N. et al. Respect, bullying, and public sector work outcomes in Vietnam. **Public Management Review**, p. 1-29, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/14719037.2018.1538426>>. Acessado em 15 de janeiro de 2021. Doi: 10.1080/14719037.2018.1538426.
- PLOEG, Jan Douwe van der. **O novo campesinato: lutas por autonomia e sustentabilidade**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- ROGERS, K. Do your employees feel respected? **Harv. Bus. Rev.** v. 96, n. 4, p. 63-70, 2018.
- ROGERS, K. M.; ASHFORTH, B. E. Respect in Organizations: Feeling Valued as “We” and “Me.” **Journal of Management**. v. 43, n. 5, p. 1578-1608, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0149206314557159>>. Acessado em 15 de janeiro de 2021. Doi: 10.1177/0149206314557159.
- ROGERS, K. M.; CORLEY, K. G.; ASHFORTH, B. E. Seeing More than Orange: Organizational Respect and Positive Identity Transformation in a Prison Context. **Adm. Sci. Q.** v. 62, n. 2, p. 219-269, 2017.
- SOUSA, A. L. M., FOLLMANN, L. C. P., ALBERTI, R. **Políticas Públicas e Inovação Para o Rural Brasileiro: mudanças climáticas e desafios para a reconstrução-5º Colóquio de Extensão e Desenvolvimento Rural**, Pimenta Cultural, 2025.
- VAN QUAQUEBEKE, N.; ZENKER, S.; ECKLOFF, T. Find out how Much it Means to Me! The Importance of Interpersonal Respect in Work Values Compared to Perceived Organizational Practices. **Journal of Business Ethics**, 2009.
- WANG, Q.; FAN, X.; LIU, J.; CAI, W. Does a Help Giver Seek the Help from Others? The Consistency and Licensing Mechanisms and the Role of Leader Respect. **Journal of Business Ethics**, v. 184, p. 605–626, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05163-5>. Acessado em 15 de julho de 2024.