



**A SUSTENTABILIDADE NA CAFEICULTURA: UM ESTUDO SOBRE
A RELAÇÃO DE UMA COOPERATIVA DE CAFEICULTORES COM O
MERCADO**

**SUSTAINABILITY IN COFFEE FARMING: A STUDY ON THE RELATIONSHIP
BETWEEN A COFFEE GROWERS' COOPERATIVE AND THE MARKET**

Luiz Gustavo Leite Souza¹
Centro Universitário UNIFACIG

Hugo Ferreira Braga Tadeu²
Fundação Dom Cabral (FDC)

Athos Carlos Silva³
Universidade de São Paulo (USP)

SOUZA, L. G. L.; TADEU, H. F. B.; SILVA, A. C. A SUSTENTABILIDADE NA CAFEICULTURA: um estudo sobre a relação de uma cooperativa de cafeicultores com o mercado. *Revista Ciência e Sustentabilidade*, Juazeiro do Norte, V.7, N°2, p.102-128, jul./dez. 2023.

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar divergências na avaliação da sustentabilidade pelos players que atuam na cafeicultura. Para atingimento dos objetivos, foi realizado um estudo de caso em uma cooperativa da agricultura familiar, na qual se identificaram as principais partes interessadas, suas ações e o contexto no qual a cooperativa está inserida. A partir desse momento, foi feita a coleta de dados através da aplicação de um questionário on-line (e-survey)

¹ Possui graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Vila Velha, MBA em Marketing e MBA em Gerenciamento de Projetos, ambos pela FGV e Mestrado Profissional em Administração pela Fundação Dom Cabral. É professor no UniFacig - Centro Universitário.

E-mail: prof.gustavoleite84@gmail.com

² Possui um Ph.D em Engenharia Mecânica pela PUC Minas, pós-doutorado pela University of British Columbia e certificados de educação executiva pelo IBGC, Clayton Christensen Institute, MIT, SU e Nova SBE. Atualmente, é diretor da Fundação Dom Cabral (FDC).

E-mail: hugo.tadeu@fdc.org.br

³ Doutorando em Administração pela Universidade de São Paulo (USP), possui Mestrado profissional em Gestão Contemporânea das Organizações pela Fundação Dom Cabral (FDC) e Graduação em Bacharelado em Administração.

E-mail: athos@acsempresarial.com

junto aos seguintes públicos: alta gestão, formado por conselho de administração, diretoria, superintendência e executivos responsáveis pelo planejamento estratégico; cooperados, representados pelo conselho consultivo; e empresas multinacionais que possuem relações comerciais e institucionais com a cooperativa. O questionário usou como base as cinco principais dimensões da sustentabilidade, estabelecidas por Ignacy Sachs, considerado precursor do Desenvolvimento Sustentável: econômica, social, ecológica/ambiental, espacial/geográfica e cultural. Foi realizada uma análise estatística, e, ao confrontar os resultados de cada grupo, identificou-se pontos de convergência e divergência quanto às avaliações. Houve divergências entre cooperados do conselho consultivo e empresas nas dimensões econômica e geográfica; e alta gestão da cooperativa e empresas nas dimensões social e ecológica.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Agricultura familiar. Cooperativismo. Certificações. Indicadores de Sustentabilidade.

ABSTRACT

The objective of this study was to identify divergences in the sustainability assessment by coffee players. To achieve the objectives, a case study was conducted in a family farming cooperative, in which the main stakeholders, their actions and the context in which the cooperative is inserted were identified. From then on, data were collected through the application of an online survey (e-survey) to the following audiences: senior management, consisting of the board of directors, the board of directors, the superintendency and executives responsible for strategic planning; members, represented by the advisory board; and multinational companies that have commercial and institutional relations with the cooperative. The questionnaire was based on the five main dimensions of sustainability established by Ignacy Sachs, considered a precursor to sustainable development: economic, social, ecological / environmental, spatial / geographical and cultural. The following chapter gives a description of the data obtained in the study. A statistical analysis is performed, and by comparing the results of each group, it was possible to identify points of convergence and divergence regarding the evaluations. There were disagreements between Advisory Board Members and Companies in the economic and geographical dimensions; and Senior Management of the Cooperative and Companies in the social and ecological dimensions.

Keywords: Sustainability. Family farming. Cooperativism. Certifications Sustainability Indicators.

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo foi motivado, inicialmente, pela relevância, cada vez maior, que o tema sustentabilidade adquire, sobretudo no mundo corporativo. De acordo com Dyllick & Hockerts (2002), a sustentabilidade tornou-se o mantra do século XXI por agregar promessas de evolução social em um mundo mais justo e mais rico, dentro do qual o meio ambiente e as conquistas culturais deveriam ser preservadas para as gerações futuras.

Embora o tema tenha ganhado força a partir do século XXI, alguns estudos já apontavam uma tendência quanto às exigências junto às empresas. Drucker (1946) observou que, sob qualquer circunstância, o ser humano está se movendo no sentido de exigir que nossas instituições tomem responsabilidade além de seu desempenho próprio. Ressalta-se que o conceito de Ecodesenvolvimento foi introduzido por Maurice Strong, Secretário da Conferência de Estocolmo (Raynaut & Zanoni, 1993), e foi largamente difundido por Ignacy Sachs, a partir de 1974 (Godard, 1991).

Mas o tema ganhou dimensões globais quando a Organização das Nações Unidas (ONU) criou uma comissão para realizar um estudo dos problemas globais de ambiente e desenvolvimento. Em 1987, sob a coordenação da primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, essa comissão publicou o Relatório Brundtland “Our Common Future” (Nosso Futuro Comum), no qual então apareceu a definição: «sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades». Essa dinâmica empresarial passou a atingir, de fato, as instituições nos anos 90, quando John Elkington, cofundador da organização não governamental internacional SustainAbility, criou o conceito do tripé da sustentabilidade, conhecido como triple bottom line: people, planet, profit – pessoas, planeta e lucro (Elkington, 1998).

Quando se trata do setor cooperativista, a sustentabilidade torna-se ainda mais relevante, pois uma cooperativa é uma sociedade de pessoas. Assim sendo, este estudo terá como base uma cooperativa de cafeicultores que trabalham em regime de agricultura familiar. Com o dinamismo do mercado e a concorrência cada vez mais acirrada, é importante identificar a interpretação do tema e suas possíveis contribuições para a atuação dessa cooperativa no mercado, uma vez que, mesmo com a evolução dos conceitos ao longo dos anos, o tema sustentabilidade ainda gera inúmeros debates. Alguns autores, como Montañó (2002) e Cabette (2004), acham o desenvolvimento sustentável algo utópico, não acreditando nem mesmo no seu significado. Já outros, como Cavalcanti (2003), Bruseke (2003), Leonardi (2003), Vecchiati (2004) e Leff (2006) não visualizam esse novo modelo de desenvolvimento com as propostas éticas e econômicas da sociedade atual, crendo que isso será difícil, não impossível.

A sustentabilidade como um paradigma dinâmico que considera as crescentes demandas das populações em um contexto internacional em constante expansão. Sachs (1990) propõe cinco dimensões principais para a sustentabilidade: social, econômica, ecológica, geográfica e cultural. Segundo o autor, a sustentabilidade social envolve a melhoria na distribuição de renda e a redução das disparidades sociais. A sustentabilidade econômica está associada ao fluxo contínuo de investimentos públicos e privados, bem como à gestão adequada dos recursos naturais. A sustentabilidade ecológica enfatiza o uso eficiente dos recursos disponíveis nos diferentes ecossistemas, visando minimizar a degradação ambiental. A sustentabilidade geográfica busca um equilíbrio entre os espaços rural e urbano. Por fim, a sustentabilidade cultural promove mudanças em consonância com a continuidade cultural existente.

1.1 Agricultura familiar e cooperativismo

A denominação agricultura familiar é recente na literatura e nos trabalhos científicos brasileiros. Já foi designada “agricultura camponesa”, “pequena produção”, entre outros termos, adquirindo força e notoriedade nos anos 1990 pela ação de movimentos sociais organizados e a partir da criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), em 1996, quando passou a ser reconhecida de fato e de direito pelo Estado (Schneider, 2003). Segundo Oliveira (2007), a agricultura familiar é uma das principais responsáveis pela manutenção do agricultor no campo e, por conseguinte, da diminuição do êxodo rural, justamente por sua maior capacidade gerencial, pela sua flexibilidade e, sobretudo, por sua maior aptidão para a diversificação das culturas. O conceito de agricultura sustentável vai ainda além, como identificam Singh & Deewan (2019). Para os autores, há muitos benefícios da agricultura sustentável e, em geral, eles podem ser divididos em benefícios à saúde humana e benefícios ambientais. Horrigan, Lawrence & Walker (2002) definem que os sistemas agrícolas sustentáveis baseiam-se em fazendas relativamente pequenas e lucrativas.

Ruscheninsky (2004) reforça que a sustentabilidade é um termo que tem origem na agricultura, sendo uma palavra dinâmica, que visa manter a capacidade de reposição de uma população, isto é, manter sua biodiversidade sem perdas para o funcionamento do ecossistema – a longo prazo – para possibilitar sua sobrevivência e continuidade como espécie. Para Altieri (1983), sustentabilidade agrícola é a capacidade de um agroecossistema de manter a produção através do tempo na presença de repetidas restrições ecológicas e pressões socioeconômicas.

Quando se trata de sustentabilidade na cafeicultura, um fenômeno diretamente relacionado são as certificações. O número de certificações na cafeicultura vem evoluindo consideravelmente, e essas certificações sempre possuem um apelo voltado para a sustentabilidade. Segundo Potts, Voora, Lynch, & Mammadova (2014), as vendas de cafés certificados têm crescido muito desde 2000, em um crescente mercado para cafés sustentáveis, nos quais se destacam o Brasil e o Vietnã como os maiores produtores de cafés sustentáveis na safra 2011/2012. Outro fator que deve ser considerado está relacionado à imagem transmitida através de uma certificação. Barra (2006) aponta que a certificação é um mecanismo sinalizador da qualidade que favorece a redução dos custos de transação e tem sido um vetor fundamental na promoção do desenvolvimento de melhores práticas de produção e venda de café no Brasil.

A cadeia produtiva do café apresenta-se como uma estrutura relativamente simples e compacta, envolvendo poucos processos, locais e agentes, o que facilita sua rastreabilidade. Em grande parte das vezes, as atividades de produção e comercialização são organizadas por meio de cooperativas, as quais podem atuar no auxílio aos produtores para obtenção da certificação exigida pelo mercado internacional de exportação (Hajjar, Newton, Adshead, Bogaerts, Maguire-Rajpaul & Pinto; 2019).

Para fazer o link entre a sustentabilidade, o cooperativismo e a agricultura familiar, este estudo terá como base a Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda. (Coocafê), fundada em 1979, composta hoje por cerca de 9.500 cooperados, dos quais 95% trabalham em

regime de agricultura familiar. A cooperativa atua em 60 municípios, das Matas de Minas e Montanhas do Espírito Santo, que dependem quase que exclusivamente da cultura do café. A preocupação com a sustentabilidade sempre esteve presente na história da cooperativa, mesmo que sem uma metodologia e planejamento a longo prazo. Por exemplo, a Coocafé criou, em 1988, a Cooperativa de Crédito do Leste de Minas Ltda. (Sicoob Credicaf), contribuindo diretamente com a assistência financeira aos seus cooperados. Também preocupada com o futuro e com a precoce evasão das crianças que procuravam um estudo de qualidade em cidades distantes, a Coocafé fundou também, em 1998, a Cooperativa Cultural e Educacional da Região de Lajinha Ltda. (Coopcel). Ao longo dos anos, a cooperativa se desenvolveu consideravelmente, saindo de R\$ 60 milhões de faturamento, em 2005, para R\$ 530 milhões em 2018, aumentando de forma significativa número de colaboradores, geração de renda e de partes interessadas, com uma filosofia pautada no relacionamento com os cooperados e com a comunidade. Ainda hoje, a Coocafé, através de ações próprias e de parcerias com diversas instituições, realiza dezenas de projetos e ações de sustentabilidade, impactando milhares de pessoas de centenas de comunidades anualmente.

2 METODOLOGIA

Este trabalho pode ser classificado como uma abordagem quantitativa. Para Creswell (2010), a pesquisa quantitativa é um meio para testar teorias objetivas, examinando relações entre as variáveis, as quais, por sua vez, podem ser medidas tipicamente por instrumentos, para que os dados numéricos possam ser analisados por procedimentos estatísticos.

Para identificar divergências na avaliação da sustentabilidade pelos *players* que atuam na cafeicultura, foram realizadas pesquisas com cooperados da Coocafé, representados pelo conselho consultivo; alta gestão, representada por todos os conselheiros administrativos, diretoria e superintendências também da Coocafé; e empresas multinacionais compradoras dos cafés. A partir da aplicação dos questionários, os resultados de cada grupo foram confrontados, permitindo a identificação de pontos de convergência e divergência no que diz respeito à avaliação dos *players* quanto à sustentabilidade.

Quanto aos procedimentos, o estudo foi realizado através de um levantamento de corte transversal autoadministrado *on-line*, coletado em um momento do tempo. Malhotra (2006) define ainda um levantamento transversal como aquele que envolve a coleta dos dados apenas uma vez.

A coleta de dados pode também envolver a criação de um levantamento baseado na *web* ou na internet administrado *on-line* (Nesbary, 2000; Sue & Ritter, 2007). Os levantamentos, de acordo com Hair Jr., Joseph, Babin, Money e Samoel (2005), podem ocorrer em duas amplas categorias: entrevistas (pessoalmente, por computador ou por telefone) ou administração de questionários para que o próprio respondente responda (por meio eletrônico ou correio). Dessa forma, o mesmo questionário foi enviado via *e-mail* aos cooperados, alta gestão e clientes de café; porém, foi criado um grupo específico de análise para cada público, sendo necessárias,

inclusive, algumas abordagens pessoais e via telefone, no intuito de estimular a participação e esclarecer possíveis dúvidas.

O questionário usou como base fundamental os estudos desenvolvidos por Ignacy Sachs, considerado precursor do Desenvolvimento Sustentável e ainda hoje um dos autores mais renomados no tema, com 15.600 citações no *Google Scholar*. Foi elaborado um questionário com base nas cinco dimensões da sustentabilidade e, para cada dimensão, foram identificados os principais constructos, autores e leituras orientadoras.

Constructos, autores, leituras orientadoras e perguntas estão descritos e referenciados na tabela abaixo.

Tabela 1: Constructos, perguntas, autores

CONSTRUCTOS		PERGUNTAS	GRAU DE IMPORTÂNCIA / CONCORDÂNCIA*	AUTORES
E C O N Ô M I C O	Contribuição da sustentabilidade para o resultado líquido de uma empresa / propriedade rural.	1. Relação entre sustentabilidade e o resultado líquido de uma empresa.	O1 O2 O3 O4 O5	Giovannucci & Ponte (2005); Sachs (2002); Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral (2016)
		2. Disposição do consumidor final médio para trocar uma marca de café familiar e pagar mais caro por uma com apelo sustentável.	O1 O2 O3 O4 O5	
		3. Destinar parte do resultado financeiro da empresa para ações relacionadas à sustentabilidade.	O1 O2 O3 O4 O5	
	A eficiência econômica baseia-se em uma “alocação e gestão mais eficientes dos recursos e por um fluxo regular do investimento público e privado.	4. A eficiência econômica deve ser medida sobretudo em critérios macrossociais, ou seja, quando se abrange grande parte da sociedade.	O1 O2 O3 O4 O5	
	Alta sustentabilidade e baixa sustentabilidade.	5. Alguma perda de recursos é inevitável, mas isso pode ser compensado pelo aumento de capital.	O1 O2 O3 O4 O5	
		6. A certificação é um mecanismo sinalizador da qualidade que favorece a redução dos custos e tem sido fundamental na promoção do desenvolvimento de melhores práticas de produção e venda de café no Brasil.	O1 O2 O3 O4 O5	



S O C I A L	<p>Garantia de qualidade de vida para a geração atual assegurando a continuidade das próximas gerações.</p> <p>Cooperativismo é um modelo de economia solidária que procura maximizar o predomínio do fator trabalho sobre o fator capital.</p>	1. Preocupação das empresas quanto à qualidade de vida para a geração atual e a continuidade das próximas gerações.	O1 O2 O3 O4 O5	Sachs (2002); Pires e Silva (2004); Aligleri (2011); Cavalcanti (2006); Oliveira (2007)
		2. O modelo cooperativista como uma das principais estratégias para o enfrentamento de uma economia por natureza excludente, identificada como a globalização.	O1 O2 O3 O4 O5	
		3. O processo deve se dar de tal maneira que reduza substancialmente as diferenças sociais.	O1 O2 O3 O4 O5	
		4. A empresa deve ter práticas e metas voltadas para a redução da desigualdade social.	O1 O2 O3 O4 O5	
		5. Investimento das empresas em projetos com a comunidade.	O1 O2 O3 O4 O5	
		6. Incentivo das empresas a trabalhos voluntários dos colaboradores.	O1 O2 O3 O4 O5	
		7. Apoio das empresas a práticas de equilíbrio da vida profissional com a vida pessoal para todos os colaboradores.	O1 O2 O3 O4 O5	
E C O L Ó G I C O	<p>Gerenciamento ambiental deve ser um fator estratégico para análise da alta administração.</p>	1. Adequação de produtos e processos às especificações ecológicas.	O1 O2 O3 O4 O5	Sachs (2002); Tinoco e Kraemer (2011)
		2. Manter conformidade com as leis é sustentabilidade ambiental.	O1 O2 O3 O4 O5	
		3. Projetos e ações de combate à poluição com indicadores e metas.	O1 O2 O3 O4 O5	
		4. Integração entre conservação da natureza e desenvolvimento.	O1 O2 O3 O4 O5	

G E O G R Á F I C O	Pressupõe evitar a concentração geográfica exagerada de populações, atividades e de poder. Busca uma relação equilibrada cidade/campo.	1. Concentração da população em áreas metropolitanas é uma ameaça.	O1 O2 O3 O4 O5	Sachs (2002)
		2. Controle nos processos de colonização.	O1 O2 O3 O4 O5	
		3. Empresas devem possuir práticas para evitar o êxodo rural.	O1 O2 O3 O4 O5	
		4. Concentração geográfica exagerada de populações e atividades é uma preocupação.	O1 O2 O3 O4 O5	
C U L T U R A L	Além da necessidade de se traduzir o conceito normativo de desenvolvimento sustentável numa pluralidade de soluções locais, adaptadas a cada ecossistema, a cada cultura e, inclusive, soluções sistêmicas de âmbito local, utilizando-se o ecossistema como um paradigma dos sistemas de produção elaborados pelo homem.	1. Respeito à formação cultural comunitária.	O1 O2 O3 O4 O5	Sachs (2002); Touraine (1988); Archel (2003)
		2. Ao se estabelecer em uma região, a empresa deve propor soluções adaptadas para aquele ecossistema.	O1 O2 O3 O4 O5	
		3. Práticas de incentivo à pluralidade cultural.	O1 O2 O3 O4 O5	
		4. Realização e apoio a eventos que valorizem a cultura local.	O1 O2 O3 O4 O5	

- *O1 – Pouco importante / Discordo totalmente
O2 – Ligeiramente importante / Discordo
O3 – Moderadamente importante / Não concordo nem discordo
O4 – Muito importante / Concordo
O5 – Extremamente importante / Concordo totalmente

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Com o objetivo de facilitar a análise e, conseqüentemente, a importância dada a cada pilar da sustentabilidade, o questionário foi subdividido por perguntas sequenciais relacionadas a cada tema: econômico, social, ambiental, geográfico e cultural. As perguntas foram estruturadas em formato de escala do tipo Likert de 5 pontos. Trata-se de uma escala em que os participantes registram sua concordância extrema ou discordância extrema aos itens propostos (Gil, 2010).

Para Malhotra (2001), a principal vantagem de utilizar essa escala é a fácil construção e aplicabilidade, além de os participantes do estudo entenderem rapidamente como utilizá-la.

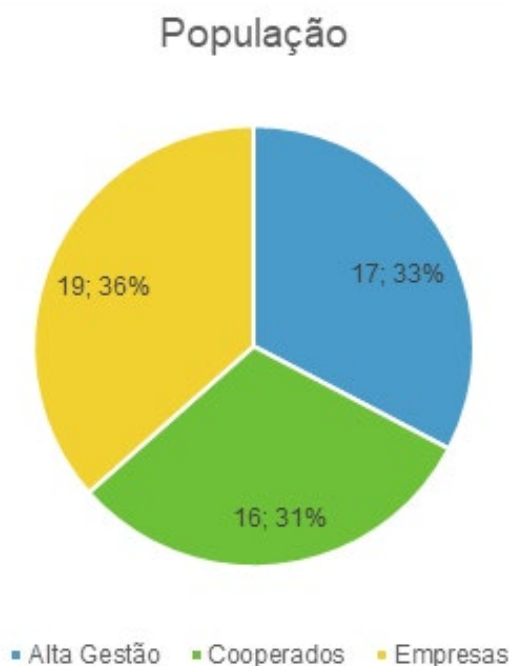
Após a elaboração do questionário, ele foi enviado para avaliação, sendo aplicada a validação de face e conteúdo junto ao orientador desta dissertação. Foram solicitados alguns ajustes no questionário, no sentido de deixá-lo mais objetivo, após os quais foi realizada a coleta de dados, no período entre junho e julho de 2019, pela modalidade *on-line*.

Para a realização da coleta de dados, foi utilizada a ferramenta *Survey Monkey*, que possibilita a geração de dados em estatísticas descritivas ou informações em gráficos. Embora o questionário tenha sido enviado via *e-mail*, a abordagem pessoal precisou ser diferente junto a cada público. Com a alta gestão, foi realizada uma reunião com todos os membros, na qual o pesquisador explicou brevemente a importância da pesquisa para a cooperativa. Com os cooperados do conselho consultivo, foram necessárias abordagens individuais, em determinados casos, e abordagens coletivas, via reunião, e também em grupos de redes sociais, no sentido de engajá-los quanto à participação e esclarecimento de dúvidas. Já com os clientes de café, devido à quantidade de *e-mails* que o público recebe diariamente, o pesquisador precisou entrar em contato via telefone com os entrevistados e explicar brevemente a pesquisa, mesmo constando no corpo do *e-mail* informações relacionadas ao tema, ao objetivo e ao trabalho. Assim, foi aplicado um questionário (*e-survey*) aos seguintes públicos:

- 1. Alta gestão da cooperativa:** 17 pessoas, sendo 3 diretores executivos (presidente, produção e administrativo-financeiro), 3 conselheiros administrativos vogais, 2 superintendentes (administrativo-financeiro e técnico-comercial) e 9 executivos, membros do Grupo de Desenvolvimento Estratégico.
- 2. Cooperados do conselho consultivo:** 16 pessoas selecionadas pelo nível de participação em reuniões trimestrais e maior acesso à internet. O conselho consultivo foi criado em 2012 e é composto por líderes representantes das principais comunidades em que a cooperativa atua. Esses cooperados estão divididos geograficamente, de forma que possam representar todo o quadro social da cooperativa. Para cada 1.000 cooperados de uma unidade comercial, há um representante no conselho consultivo. De forma planejada, esses líderes participam de reuniões que ocorrem quatro vezes por ano. Nas reuniões, eles expressam suas sugestões, reclamações e elogios. A cada biênio, o conselho é renovado ou acrescido, de acordo com a quantidade e a qualidade das participações nas reuniões.
- 3. Empresas ligadas à cooperativa:** multinacionais, que atuam na cafeicultura e possuem parcerias com a cooperativa: 19, sendo 15 empresas que fazem negócio, 2 corretoras e 2 parceiros institucionais.

A população que abrangeu o questionário encontra-se no Gráfico abaixo.

Gráfico 1: População



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Ressalta-se que, para se obter um nível de confiança de 95%, a amostra necessitou ser de, pelo menos, 37 respondentes.

Como os elementos da população têm probabilidade conhecida, trata-se de uma amostragem probabilística. Técnicas de Estatística Indutiva pressupõem que as amostras sejam probabilísticas, mas nem sempre é possível conseguir isso. A amostra foi intencional e por conveniência. As amostras intencionais compreendem os diversos casos em que “o pesquisador deliberadamente escolhe certos elementos para pertencer à amostra, por julgar tais elementos bem representativos da população” (Costa Neto, 1977, p. 45). A intencionalidade torna uma pesquisa mais rica em termos qualitativos.

Em amostras por conveniência, elementos são incluídos na amostra sem probabilidades previamente especificadas ou conhecidas (Anderson, Sweeney, & Williams, 2007), ou seja, a seleção dos elementos da amostra é feita entre os indivíduos que estão mais acessíveis a participarem do estudo e que sejam capazes de fornecer as informações requeridas (Costa Neto, 1977).

3 ANÁLISE DE DADOS

Grande parte do público é formada por homens (75%) com idade entre 41 e 50 anos (43%). Esse perfil corresponde à cafeicultura e até mesmo ao público da cooperativa, que possui perfil similar, com a maior parte dos cooperados formada por homens entre 41 e 50 anos. Quando analisados separadamente, a alta gestão da cooperativa é 90% masculina, já o conselho consultivo é 33% feminino, os clientes de café são 30% femininos.

Embora o questionário tenha sido enviado para 52 pessoas, a pesquisa foi realizada com 37 *players* que atuam na cafeicultura, sendo 13 cooperados(as) do conselho consultivo da cooperativa; 11 pessoas ligadas à alta gestão da cooperativa, entre diretores, conselheiros administrativos e membros do Grupo de Desenvolvimento Estratégico e 13 empresas multinacionais que atuam na cafeicultura. Com os cooperados, foram necessárias abordagens individuais, via mensagens, e coletivas, através de reuniões. Destaca-se aqui o baixo acesso a *e-mails* por parte desse público, tendo havido, inclusive, orientação para a criação de endereços eletrônicos. No que diz respeito às empresas multinacionais, pelo fato de receberem muitos *e-mails*, foi necessária a abordagem individual com cada uma delas no intuito de explicar brevemente o trabalho. Já com a alta gestão da cooperativa, foram realizadas majoritariamente abordagens coletivas em reuniões do grupo de desenvolvimento estratégico. A maior dificuldade aqui foi com relação ao Conselho de Administração, que se reúne mensalmente, portanto, houve a necessidade de, em alguns casos, entrar em contato diretamente com o conselheiro.

3.1 Análise de consistência interna e de conteúdo

O primeiro passo da análise estatística foi a verificação do conteúdo. Apesar de a validade de conteúdo fazer parte da análise de consistência interna, ela foi observada na elaboração da *survey* como apontado por Haynes et al. (1995). A primeira parte do questionário envolveu a identificação dos grupos estudados (alta gestão da cooperativa, cooperados, conselho consultivo e empresas clientes de café) assim como perguntas básicas sobre os respondentes. Já na segunda parte do questionário, questionou-se sobre a prática de sustentabilidade considerando questões na escala Likert. Outros aspectos facilitam a conversão para a validade de conteúdo como rápidas explicações sobre o preenchimento do questionário aos respondentes.

O segundo passo da análise estatística foi verificar a confiabilidade dos itens da *survey* e dos respondentes com a aplicação do alfa de Cronbach (Cronbach, 1951). Para tal finalidade utilizou-se o IBM SPSS versão 23. O alfa de Cronbach é uma das ferramentas mais difundidas na realização de pesquisas, pois leva em consideração a variância atribuída aos sujeitos e a variância atribuída à interação entre sujeitos e itens da pesquisa (Almeida, Santos, & Costa, 2010). Valores do coeficiente variam entre 0 e 1,0; quanto mais próximo de 1,0, maior a consistência interna. Como referência, valores de alta consistência interna estão normalmente entre 0,70 a 0,90; porém, podem-se aceitar valores próximos de 0,60 (Hair et al., 2006), o que indica uma consistência moderada ou baixa. A Tabela 2 mostra o resultado do teste para as cinco dimensões em investigação nesta pesquisa. Percebe-se que três dimensões apresentam uma consistência alta (0,70) e duas dimensões um valor moderado e baixo (<0,60). Tal fato pode ser explicado pelo baixo número de respondentes. Salienta-se que não é possível aumentar o número de representantes pelo foco desta pesquisa ser somente os grupos cooperativa, alta gestão e empresa da região.

Tabela 2: Alfa de Cronbach das dimensões

Dimensões	Número de itens	Alfa de Cronbach
Cultural	4	0,807
Ecológico	4	0,781
Social	7	0,701
Econômico	6	0,562
Geográfico	4	0,461

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

3.2 Análise não paramétrica

A estatística não paramétrica representa um conjunto de ferramentas de uso mais apropriado em pesquisas em que não se conhecem bem a distribuição e os parâmetros da amostra. Utilizou-se o teste Kruskal & Wallis (1952), equivalente ao teste ANOVA da estatística paramétrica. Ele não requer a suposição de que a população esteja distribuída em forma de curva-normal e se utiliza de ordenação (*ranking*) das observações (Levin & Rubin, 2004). O teste Kruskal-Wallis é utilizado quando se pretende avaliar se várias amostras têm a mesma distribuição, ou seja, a hipótese nula é quando os grupos possuem a mesma distribuição, e a hipótese alternativa é quando os grupos não possuem a mesma distribuição. A estatística do teste é qui-quadrado com k-1 graus de liberdade. Esse teste foi escolhido por ser apropriado para comparar as distribuições de duas ou mais variáveis pelos mesmos ordinais observados em duas ou mais amostras independentes (Marôco, 2011, p.317).

Portanto, tal teste fornece uma forma de se verificar se há diferenças na percepção dos grupos (cooperados do conselho consultivo, alta gestão e empresas) sobre os constructos. Em resumo, testamos:

H0: os grupos têm a mesma distribuição de valores.

H1: os grupos não têm a mesma distribuição de valores.

A Tabela abaixo apresenta o resultado do teste, sendo que a hipótese nula é se os grupos possuem a mesma distribuição. Para se encontrarem diferenças estatísticas significantes, a significância deve ser menor que o p-value, por exemplo de 5% (p-value \leq 0,05).

Tabela 3: Dimensão Econômica

Itens	Significância
Alguma perda de recursos é inevitável, mas isso pode ser compensado pelo aumento de capital.	0,091*
A certificação é um mecanismo sinalizador da qualidade que favorece a redução dos custos e tem sido fundamental na promoção do desenvolvimento de melhores práticas de produção e venda de café no Brasil.	0,304

Disposição do consumidor final médio para trocar uma marca de café familiar e pagar mais caro por uma com apelo sustentável.	0,396
A eficiência econômica deve ser medida sobretudo em critérios macrossociais, ou seja, quando se abrange grande parte da sociedade.	0,430
Relação entre sustentabilidade e o resultado líquido de uma empresa.	0,589
Destinar parte do resultado financeiro da empresa para ações relacionadas à sustentabilidade.	0,751

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Nesse caso, percebe-se que não há diferença considerável entre os grupos, pois não foi possível rejeitar a hipótese nula em um nível 5% de significância. Isto é, as respostas dos respondentes, considerando os três grupos (alta gestão, cooperados e empresas), possuem a mesma percepção sobre a dimensão econômica. Tal resultado está alinhado aos resultados da pesquisa “Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil 2016”, realizada pelo Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral. Conforme 85% dos respondentes, a sustentabilidade traz uma contribuição concreta para o resultado líquido da empresa.

Porém, caso seja considerado um nível 10% de significância, a pergunta “Alguma perda de recursos é inevitável, mas isso pode ser compensado pelo aumento de capital” demonstraria uma divergência na respostas dos grupos. Por isso, foi realizado o teste Bonferroni para descobrir qual par dos três grupos indica uma divergência (Tabela 3). O teste pode ser usado para dados balanceados ou não e utiliza a comparação dos pares para investigar as diferenças. Assim, a ideia básica é aplicar um teste nos grupos independentes (cooperados, empresas e altas gestão) para descobrirmos em qual par há desigualdade.

Tabela 4: Teste Bonferroni – “Alguma perda de recursos é inevitável, mas isso pode ser compensado pelo aumento de capital”

(I) Grupo		Diferença média (I-J)	Erro- Padrão	Sig.	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Alta Gestão	Cooperados	-,280	,414	1,000	-1,32	,76
	Empresas	,713	,406	,264	-,31	1,74
Cooperados	Alta Gestão	,280	,414	1,000	-,76	1,32
	Empresas	,994	,397	,052*	-,01	1,99
Empresas	Alta Gestão	-,713	,406	,264	-1,74	,31
	Cooperados	-,994	,397	,052*	-1,99	,01

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Pelo resultado do teste Bonferroni, o par “Cooperados” e “Empresas” mostra uma divergência, pois apresenta um *p-value* de 0,052. A pergunta está relacionada à visão polêmica e às provocações do cientista político Robert Gibson citado por Kuhlman & Farrington (2015), que divide a sustentabilidade entre forte e fraca. Embora os respondentes em geral não concordem que o aumento de capital possa compensar perdas de recursos naturais, houve divergência significativa a 10% entre os grupos cooperados do conselho consultivo e Empresas Multinacionais Clientes de Café. Cabem aqui duas observações: a primeira diz respeito à cadeia comercial do café, em que os produtores rurais, que estão na primeira parte dessa cadeia, têm um alto custo de produção, sobretudo os que trabalham em regiões montanhosas, onde não há mecanização. Esse alto custo possibilita menores ganhos financeiros, o que influencia diretamente na avaliação dos produtores rurais quanto ao aumento de capital. Outro fator que deve ser levado em conta é o fato de que os cooperados lidam diariamente, em suas atividades, com recursos naturais, enquanto as empresas, de certa forma, estão mais distantes da terra.

Destaca-se ainda o fato de que nas demais questões existe uma consonância do público pesquisado quanto às perguntas da dimensão econômica. Quando questionados se o consumidor final médio está disposto a trocar uma marca de café familiar pagando mais por uma com apelo sustentável, ainda há uma certa descrença. Giovannucci & Ponte (2005) já apontavam em seu estudo que o consumidor final normalmente tem pouco tempo para escolher uma marca de café, e critérios como conhecimento e lembrança acabam sendo mais relevantes. Para os autores, o consumidor final médio nem sempre é impactado por comunicação relacionada à sustentabilidade, tendo em vista que decide pela compra em supermercados em alguns segundos e não está disposto a trocar uma marca familiar e pagar mais caro por outra apenas devido ao “apelo sustentável”.

Quanto às avaliações dos ganhos originados pelas certificações, embora não tenha ocorrido uma divergência considerável, a convergência também não foi relevante. As certificações na cafeicultura foram criadas para garantir a procedência dos produtos e também gerar benefícios para as partes. A maioria dessas certificações possui apelo sustentável, embora o fator mais determinante ainda seja a qualidade do café. Barra (2006) defende que a certificação reduz custos de transição entre as empresas, pois é um sinalizador de qualidade. Por outro lado, há uma série de itens exigidos pelas certificações, aos quais as empresas certificadas devem se adequar. No caso da Coocafé, ela possui a certificação *Fairtrade* desde 2005. A cooperativa teve que passar por uma verdadeira transformação, que envolve investimentos em recursos humanos (consultores técnicos), financeiros e também tempo. Nem sempre os benefícios são percebidos, pois uma pequena parte dos cafês são exportados via certificação.

A maior consonância nas percepções está relacionada à destinação de parte do resultado financeiro para a sustentabilidade. No caso da cooperativa, isso também está traduzido na prática, pois, em análise recente, identificou-se que, nos últimos três anos, o percentual do orçamento da gerência onde estão alocados recursos para ações relacionadas à sustentabilidade tem evoluído, saindo de 6%, em 2017, para 9%, em 2019, do orçamento da gerência responsável.

A próxima dimensão a ser investigada é a social. A Tabela 5 apresenta o resultado do teste Kruskal-Wallis.

Tabela 5: Dimensão Social

Itens	Significância
O modelo cooperativista como uma das principais estratégias para o enfrentamento de uma economia por natureza excludente, identificada como a globalização.	0,051*
A empresa deve ter práticas e metas voltadas para a redução da desigualdade social.	0,265
Preocupação das empresas quanto à qualidade de vida para a geração atual e a continuidade das próximas gerações.	0,505
Apoio das empresas a práticas de equilíbrio da vida profissional com a vida pessoal para todos os colaboradores.	0,577
O processo deve se dar de tal maneira que reduza substancialmente as diferenças sociais.	0,615
Incentivo das empresas a trabalhos voluntários dos colaboradores.	0,742
Investimento das empresas em projetos com a comunidade.	0,974

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

A dimensão social não apresentou diferenças considerando um nível de significância de 5% como usualmente utilizado na literatura, porém, se fosse considerado 10%, observa-se que a pergunta “O modelo cooperativista como uma das principais estratégias para o enfrentamento de uma economia por natureza excludente, identificada como a globalização” apresentaria diferenças nas opiniões dos grupos. Aplicando o teste Bonferroni, percebe-se que o par que apresenta uma diferença é “alta gestão” e “empresas”.

Tabela 6: Teste Bonferroni – “O modelo cooperativista como uma das principais estratégias para o enfrentamento de uma economia por natureza excludente, identificada como a globalização”

(I) Grupo		Diferença média (I-J)	Erro-Padrão	Sig.	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Alta Gestão	Cooperados	,386	,295	,598	-,36	1,13
	Empresas	,790*	,290	,030**	,06	1,52
Cooperados	Alta Gestão	-,386	,295	,598	-1,13	,36
	Empresas	,404	,283	,489	-,31	1,12
Empresas	Alta Gestão	-,790*	,290	,030**	-1,52	-,06
	Cooperados	-,404	,283	,489	-1,12	,31

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Para Pires e Silva (2004), o cooperativismo é uma das alternativas à globalização, pois o sistema é mais inclusivo. Percebe-se divergência significativa a 5% entre os grupos alta gestão e empresas. Os grupos cooperados do conselho consultivo e a alta gestão da cooperativa são formados por pessoas que vivem o sistema cooperativista há bastante tempo. Esse modelo vem se desenvolvendo com maior intensidade comercial e visão empresarial nos últimos anos. Essa divergência apontada no teste indica que as empresas mercantis não pertencentes ao sistema cooperativista, embora tenham relação comercial e/ou institucional, ainda não percebem o cooperativismo como um sistema mais inclusivo.

Todos os públicos demonstram uma preocupação quanto à qualidade de vida para as próximas gerações. Os cooperados estão atentos quanto a esse quesito. Isso se explica pela grande preocupação que há hoje na agricultura quanto aos processos de sucessão na agricultura familiar. Ainda nessa linha, tanto a cooperativa quanto as empresas pesquisadas têm desenvolvido projetos nessa ordem, como núcleos de jovens, trabalhos em escolas da rede pública, dentre outros.

Também há convergência quanto à redução das diferenças sociais. Todos concordam com o princípio da equidade entre grupos sociais, que consta no Relatório Brundtland (1987).

Incentivar a participação em trabalhos voluntários tem sido uma prática cada vez mais comum nas empresas, como aponta a pesquisa de Oliveira (2008). No consolidado, houve considerável convergência nesse quesito. Cabe ressaltar que, muitas vezes, essas práticas não são muito divulgadas, o que influencia na percepção dos cooperados.

Na dimensão social, a maior convergência está relacionada ao investimento em projetos com a comunidade. A alta valorização pelos cooperados pode ser explicada também pelo fato de a cooperativa realizar ou apoiar, constantemente, inúmeros projetos com as comunidades. Anualmente são cerca de 70 projetos apoiados pela Coocafé através de sua política de patrocínios e doações.

Na dimensão ecológica, observa-se que a pergunta “Adequação de produtos e processos às especificações ecológicas” apresenta diferença entre os grupos a um nível de significância de 10%.

Tabela 7: Dimensão Ecológica

Itens	Significância
Adequação de produtos e processos às especificações ecológicas.	0,058*
Integração entre conservação da natureza e desenvolvimento.	0,120
Projetos e ações de combate à poluição com indicadores e metas.	0,192
Manter conformidade com as leis é sustentabilidade ambiental.	0,793

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Para identificar o par em que pode haver diferença, foi procedido o teste Bonferroni e identificado que o par é “alta gestão” e “empresas”, conforme Tabela abaixo.

Tabela 8: Teste Bonferroni – “Adequação de produtos e processos às especificações ecológicas”

(I) Grupo		Diferença média (I-J)	Erro-Padrão	Sig.	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Alta Gestão	Cooperados	-,348	,313	,820	-1,14	,44
	Empresas	-,720	,307	,075*	-1,49	,05
Cooperados	Alta Gestão	,348	,313	,820	-,44	1,14
	Empresas	-,372	,300	,672	-1,13	,38
Empresas	Alta Gestão	,720	,307	,075*	-,05	1,49
	Cooperados	,372	,300	,672	-,38	1,13

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Mais uma vez, houve uma divergência significativa a 10% entre a alta gestão da cooperativa e empresas clientes de café. Cabe ressaltar que a maior parte da receita da Coocafé não é oriunda de produtos com marca própria, e sim da revenda de insumos agrícolas e da comercialização de cafés em grão cru. Já as empresas normalmente industrializam esses cafés e os disponibilizam para o consumidor final, o que tem valorizado o apelo sustentável. Para Tinoco e Kraemer (2011), as empresas devem adequar produtos e processos de acordo com as especificações ecológicas. Esse conceito também está alinhado aos estudos realizados por Givens & Jannasch (1999), Rice & McLean (1999), Giovannucci (2001), Dimitri & Greene, (2002). Identifica-se que, hoje, os produtos certificados têm os selos nos próprios rótulos, transmitindo uma imagem positiva aos consumidores.

Crescer sem comprometer a natureza é um grande desafio para as empresas. E essa preocupação está aqui retratada por todos os públicos que concordam com a afirmação.

A poluição é uma preocupação mundial, que é retratada através dos resultados. Os dados consolidados demonstram que o público considera essa preocupação como muito ou extremamente importante. No entanto, para ele, é importante que se estabeleçam indicadores de combate à poluição, iniciativa ainda não desenvolvida pela Coocafé.

Estar em conformidade com as leis tem exigido cada vez mais tanto das empresas quanto dos cooperados. E há autores que defendem que manter essa conformidade pode ser considerada sustentabilidade ambiental. Esse quesito apresentou a maior convergência entre os públicos na dimensão ecológica.

Em relação à dimensão geográfica, apresentamos o resultado do teste Kruskal-Wallis na Tabela abaixo.

Tabela 9: Dimensão Geográfica

Itens	Significância
Concentração da população em áreas metropolitanas é uma ameaça.	0,031**
Controle nos processos de colonização.	0,783
Empresas devem possuir práticas para evitar o êxodo rural.	0,819
Concentração geográfica exagerada de populações e atividades é uma preocupação.	0,823

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

A única pergunta que apresentou divergência significativa está relacionada à “Concentração da população em áreas metropolitanas é uma ameaça.” Assim, realizamos o teste Bonferroni.

Tabela 10: Teste Bonferroni – “Concentração da população em áreas metropolitanas é uma ameaça”

(I) Grupo		Diferença média (I-J)	Erro-Padrão	Sig.	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Alta Gestão	Cooperados	-,424	,406	,912	-1,45	,60
	Empresas	,755	,399	,201	-,25	1,76
Cooperados	Alta Gestão	,424	,406	,912	-,60	1,45
	Empresas	1,179*	,390	,014**	,20	2,16
Empresas	Alta Gestão	-,755	,399	,201	-1,76	,25
	Cooperados	-1,179*	,390	,014**	-2,16	-,20

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Percebe-se aqui a divergência significativa a 5% entre os pares cooperados e empresas quanto à concentração da população em áreas metropolitanas. Importante destacar que esses dois públicos estão nos extremos. Enquanto cooperados estão distantes das áreas metropolitanas, as empresas multinacionais estão instaladas justamente nessas áreas. Essa preocupação dos cooperados pode ser explicada pelo êxodo rural, embora Oliveira (2007) entenda que a

agricultura familiar é uma das principais responsáveis pela manutenção do agricultor no campo e, por conseguinte, pela diminuição do êxodo rural. Mas quando há deslocamento de pessoas da zona rural para a urbana, isso impacta diretamente os cooperados e a cooperativa, muito pela preocupação com o processo sucessório das propriedades rurais e também pela mão de obra qualificada em cidades do interior, como as que compõem a região de atuação da cooperativa.

Para Sachs (2002), os processos de colonização devem ser controlados. Embora não tenha apresentado divergência significativa, essa questão também não apresentou convergência alta, tendo parte concordado e parte adotado uma postura neutra.

Percebe-se aqui uma grande preocupação quanto ao êxodo rural, sobretudo pelos cooperados. É comum hoje uma grande dificuldade de manter os jovens nas propriedades. Nas regiões em que a Coocafé atua, tem-se buscado reverter esse quadro através de projetos com crianças, jovens e escolas. Esses trabalhos são valorizados pelos cooperados, uma vez que muitos de seus filhos estiveram ou estão envolvidos nesses projetos.

Existe uma concentração em determinadas regiões, seja nos grandes centros como também nas comunidades. Em regiões mais propensas para a produção de cafés de qualidade, em que clima e altitude contribuem diretamente, a procura por propriedades é maior, e, conseqüentemente, há maior concentração. Isso explica o fato de cooperados e alta gestão da Coocafé estarem preocupados com tal questão. As empresas também se preocupam, muito em função da procura por empregos em grandes centros.

Por fim, a última dimensão a ser investigada é a cultural. Em tal dimensão, todas as perguntas são aceitas, isto é, apresentam a mesma distribuição.

Tabela 11: Dimensão Cultural

Itens	Significância
Ao se estabelecer em uma região, a empresa deve propor soluções adaptadas para aquele ecossistema.	0,324
Práticas de incentivo à pluralidade cultural.	0,429
Respeito à formação cultural comunitária.	0,755
Realização e apoio a eventos que valorizem a cultura local.	0,809

*** significante a 1%; ** significante a 5%; * significante a 10%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

A dimensão cultural apresentou maior alinhamento entre as partes. Essa dimensão deve ser bastante considerada, sobretudo pelo fenômeno causado pela globalização, em que há uma tendência de se estabelecerem padrões culturais universais. O respeito à formação cultural comunitária, conceito defendido por Sachs (2012), é também uma preocupação dos públicos

pesquisados. Crescer, muitas vezes, significa ampliar sua área de atuação, como no caso da cooperativa estudada, por exemplo, que saiu de quatro unidades comerciais, em 2009, para 13, em 2019. Ou seja, ampliou consideravelmente sua área de atuação, atuando hoje em cerca de 60 cidades que possuem culturas diferentes. Também ficou entendido que a pluralidade cultural traz benefícios quanto à ampliação de debates e também novos pensamentos nas empresas. A cultura ainda é vertente de projetos e ações realizadas pelas instituições, inclusive dentre os inúmeros projetos que a Coocafé realiza ou apoia, muitos deles voltados para o incentivo à cultura local, como Coocafest, Concurso Sabores do Café, Concurso Cultural Jingle Coocafé, Festas Regionais, dentre outros.

4 CONCLUSÃO

Através do estudo, foi possível identificar divergências na avaliação da sustentabilidade pelos *players* que atuam na cafeicultura. Foram pesquisados os grupos cooperados do conselho consultivo, alta gestão da cooperativa e empresas multinacionais que atuam na cafeicultura. Cabe ressaltar que dentre as 5 dimensões avaliadas – Econômica, Social, Ambiental/Ecológica, Geográfica e Cultural –, por meio de perguntas específicas para cada uma delas, ficou evidente uma certa preocupação com o desenvolvimento sustentável por todos os públicos, uma vez que as médias das respostas quase sempre estiveram acima de 4, em uma escala de 1 a 5. Quanto às divergências, a maior entre os grupos cooperados e empresas, significativa a 5%, ficou na dimensão geográfica, com a pergunta relacionada às ameaças causadas pela concentração da população em áreas metropolitanas. Esse mesmo par (cooperados e empresas) apresentou outra divergência, porém significativa a 10%, na dimensão econômica, quanto à avaliação de que alguma perda de recursos é inevitável, mas isso pode ser compensado pelo aumento de capital. Na dimensão ambiental/ecológica, houve divergência significativa a 10% entre alta gestão e empresas no que diz respeito à adequação de produtos e processos às especificações ecológicas. Esse mesmo par, alta gestão e empresas, apresentou outras duas divergências. A primeira, significativa a 5%, está na dimensão social e refere-se à avaliação de que o modelo cooperativista é uma das principais estratégias para o enfrentamento de uma economia por natureza excludente, identificada como a globalização. Os resultados apresentam, em grande parte dos momentos, alinhamento dos públicos pesquisados quanto à sustentabilidade em geral.

É possível identificar ainda um amadurecimento por parte do setor cooperativista quanto à interpretação da sustentabilidade. O único par que não apresentou divergências foi alta gestão da cooperativa e cooperados, o que significa um alinhamento entre cooperativa e cooperados, fruto dos trabalhos e da estratégia adotada pela Coocafé. Empreendimentos cooperativos têm se destacado no mercado, o que traz uma nova visão, considerada por autores como mais mercantil.

Tal definição pode ser percebida, por exemplo, quando a alta gestão da cooperativa entende a dimensão econômica como a que merece menor peso. Pela própria atuação da Coocafé, na qual grande parte dos resultados (sobras) são destinados a investimentos em projetos que visam beneficiar o coletivo, percebe-se uma maior valorização da cooperativa

para aspectos além do econômico. Assim sendo, os resultados deste estudo comprovam isso, uma vez que é possível perceber que o corpo diretivo e executivo da Coocafé tem valorizado aspectos relacionados a questões culturais, geográficas e ambientais. Isso é reflexo do forte crescimento ao qual a cooperativa foi submetida, evoluindo não só em questões relacionadas à gestão como também a questões ligadas ao relacionamento com os cooperados e a comunidade, comprovados pelas premiações conquistadas pela cooperativa: Prêmio Somos Coop, o principal do cooperativismo brasileiro, nas categorias Comunicação e Difusão do Cooperativismo (2016) e Prêmio Excelência em Gestão (2017 e 2019), ambos bienais com realização do Sistema OCB-SESCOOP Nacional, sendo o último com correalização da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ).

Já para os cooperados, as dimensões geográfica e econômica ainda são as de maior peso. Isso vai, de certa forma, ao encontro ao que defendem Puusa, Mönkkönen & Varis (2013), quando os autores “percebem que as cooperativas têm invariavelmente assimilado tendências capitalistas”. A visão dos cooperados está alinhada ainda com Enke (1945) e Bialoskorski Neto (2008), que definem o cooperativismo como um empreendimento “cujo caráter econômico deveria ser o norte principal”. Essa visão econômica faz parte do segmento cooperativista e pode ser vista até como uma evolução e uma oportunidade, pois, através do econômico, é possível realizar o social. Conforme percebido por Centner (1988), Michels (2000) e Planas e Valls-Junyent (2011): “o empreendimento cooperativo, a partir dos cenários traçados por essa perspectiva epistemológica, estaria em um contexto que funcionaria aparentemente como um pêndulo, ora defendido como um negócio a enfatizar o aspecto social”. Mas essa dicotomia entre o econômico e o social não é recente; Hogeland (2006) externa que a disputa entre o caráter social e o econômico tem raízes na própria história de surgimento do movimento cooperativo.

Quanto às empresas pesquisadas, elas entendem que a sustentabilidade possui relação direta com os resultados financeiros. Ao se avaliarem as questões, o maior peso dado foi quanto a conciliar conservação da natureza e desenvolvimento. E como menor avaliação nas questões, estabeleceu-se a abrangência dos ganhos para grande parte da sociedade. No que diz respeito à avaliação das dimensões, os representantes das multinacionais classificaram os aspectos culturais, geográficos e sociais como mais relevantes.

No contexto geral, percebe-se uma preocupação com o futuro no que diz respeito à qualidade de vida das novas gerações, quesito com maior nota quando relacionado à preocupação com o êxodo rural, o que compromete o futuro das propriedades agrícolas. Também cabe destacar o aspecto que diz respeito a alinhar conservação da natureza e desenvolvimento, avaliado por todos com nota superior a 4,5. Esses resultados comprovam que os grupos estão preocupados e alinhados com a sustentabilidade em sua essência, já destacada por Brundtland citado por Scharf (2004, p.19): “Sustentabilidade é a forma como as atuais gerações satisfazem as suas necessidades sem, no entanto, comprometer a capacidade de gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades”.

Percebe-se ainda que existem dúvidas no que diz respeito a ganhos com certificação, tendo uma avaliação baixa por parte da gestão da cooperativa; abrangência da sociedade, com avaliação mais baixa pelas empresas, indicadores de combate à poluição, tendo uma maior preocupação por parte do grupo gestor da cooperativa; concentração em áreas metropolitanas, sendo um tema de menor preocupação das empresas; e a disposição do consumidor final em pagar mais por cafés com apelo sustentável – esse aspecto apresentou maior pontuação pelos cooperados com distorções pelas empresas e pela cooperativa.

Após análise das respostas, é possível afirmar que os resultados responderam à questão central do estudo, pois foram identificadas as divergências na avaliação da sustentabilidade pelos *players* que atuam na cafeicultura. Através das pesquisas realizadas no referencial teórico, percebe-se a evolução do tema sustentabilidade e como ele está diretamente relacionado ao cooperativismo e à agricultura familiar. Também foi possível comparar os principais pontos de convergência e divergência quanto às avaliações de cada público.

Por fim, serão estabelecidas diretrizes de trabalho para cada público, a partir dos resultados obtidos no estudo.

4.1 Contribuições para a teoria, contribuições práticas e limitações

O estudo constatou o quanto é importante haver um alinhamento quanto à sustentabilidade entre as partes interessadas de uma empresa, sobretudo quando se trata de uma cooperativa, diante dos diferenciais desse negócio. Como ressaltam Levi & Davis (2008), há uma considerável despersonalização no âmbito do negócio cooperativo, o que invariavelmente torna o processo de gestão extremamente complexo.

Ainda no que diz respeito às inúmeras abordagens e aos pontos divergentes encontrados nos resultados, é importante que a empresa defina de forma clara como pretende tratar a sustentabilidade, como defendem van Marrewijk & Werre (2003): cada organização deveria escolher sua específica ambição e abordagem com respeito à sua sustentabilidade, de maneira que os objetivos e os intentos organizacionais sejam unidos aos processos de planejamento estratégico, por meio de decisões que apresentem respostas apropriadas para as circunstâncias que circundam o contexto sobre o qual a gestão organizacional acontece.

Pelos resultados obtidos, torna-se necessário haver um alinhamento junto ao corpo diretivo e executivo da cooperativa quanto à sustentabilidade, estabelecendo um paralelo entre conceitos e ações já desenvolvidas pela Coocafé em cada dimensão. Também há urgência quanto ao estabelecimento de indicadores voltados para a sustentabilidade. Quanto aos cooperados, é importante que se mantenham os projetos e as ações e que se definam parâmetros, a partir dos resultados, para o desenvolvimento ou apoio aos novos. Quanto às empresas, é importante uma maior divulgação no que diz respeito ao cooperativismo e também à realização de convites para que elas possam apoiar e participar mais dos projetos realizados pela cooperativa.

O questionário pode ainda ser utilizado por outras empresas, sobretudo do segmento cooperativista, que queiram avaliar como suas partes interessadas avaliam a sustentabilidade.

O estudo limitou-se a uma cooperativa com públicos que estão relacionados a ela. Quanto aos cooperados, foi estabelecido um grupo com maior facilidade de acesso, tendo em vista a grande abrangência da Coocafé.

O pesquisador, embora tenha se colocado à disposição para esclarecimento de dúvidas, não foi acionado pelas empresas.

Os resultados foram analisados apenas por grupos, não sendo avaliados pontos de convergência e de divergência dentro do mesmo público.

Assim, trabalhos futuros podem ser estendidos ao consumidor final e a mais cooperativas, usando-se comparativos regionais com análises, inclusive, dentro do próprio grupo. Podem-se também abordar aspectos relacionados a inovações tecnológicas, sobretudo na agricultura, como Rockström et al. (2015) destacaram: “propomos que o mundo viva dentro dos limites planetários através da implantação de novas tecnologias sustentáveis e novas regras globais”.

REFERÊNCIAS

- Aligleri, L. M. (2011). *A adoção de ferramentas de Gestão para a Sustentabilidade e a sua Relação com os princípios ecológicos nas empresas*. Tese de doutorado em Administração. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Almeida, D., Santos, M.A.R. & Costa, A.F.B. (2010) Aplicação do coeficiente alfa de Cronbach nos resultados de um questionário para avaliação de desempenho da saúde pública. In: *Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, 30. São Carlos.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2007). *Estatística aplicada à administração e economia* (2a ed.) São Paulo: Cengage Learning.
- Archel P. (2003). La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el periodo 1994–1998: situación actual y perspectivas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 117. pp.571–601.
- Barra, G. M. J. (2006). *O suporte das associações de interesse privado em canais de distribuição de produtos diferenciados: um estudo de caso no mercado de cafés especiais*. 132 p. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Lavras, Lavras.
- Bellen, H. M. van. (2005). *Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Cavalcanti, M. (Org.) (2006). *Gestão Social, estratégias e parcerias – redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o terceiro setor*. São Paulo: Saraiva, 321p.
- Centner, T. J. (1988). The role of cooperatives in agriculture: Historic remnant or viable membership organization? *Journal of Agricultural Cooperation*, 3. pp. 94-106.
- Costa Neto, P. L. O. (1977). *Estatística*. São Paulo: Edgard Blücher. 264 p.

- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. (3a. ed.). Porto Alegre: Artmed. 296p.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3). pp.297-334.
- Dimitri, C. & Greene, C. (2002). *Recent Growth Patters in the US Organic Foods Market*. Agriculture Information Bulletin no. 777. USDA Economic Research Service, Washington, DC.
- Drucker, P. F. (1946). *Concept of the Corporation*. New York: The John Day Company.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2). pp. 130-141.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of sustainability*. Gabriola Island: New Society Publishers.
- Olde, E. M., Moller, H., Marchand F., McDowell R. W., MacLeod, C. J., Sautier (...), & Manhire, J. (2016). *When experts disagree: the need to rethink indicator selection for assessing sustainability of agriculture*. Springer Science+Business Media Dordrecht.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5a. ed.) São Paulo: Atlas.
- Giovannucci, D. & Koekoek, K. J. (2003). *The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets*. International Coffee Organization and International Institute for Sustainable Development, London and Winnipeg.
- Giovannucci, D. & Ponte, S. (2005). Standards as a new form of social contract? Sustainability initiatives in the coffee industry. *Food Policy*, 30(3). pp.284-301.
- Giovannucci, D. (2001). *Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry*. Long Beach, CA: Specialty Coffee Association of America.
- Givens, H. & Jannasch, R. (1999). The growth of the organic movement in North America. *Ecology and Farming*. Tholey-Theley 21-8-9. IFOAM, Germany.
- Global Footprint Network. Ecological Footprint: Overview. (2007). Retrieved from <http://www.footprintnetwork.org/>. Acesso em: 12 nov. 2006.
- Global Reporting Initiative. (2013). *GRI Institucional*. Recuperado a partir de <https://www.globalreporting.org>.
- Godard, O. (1991). *Environnement Soutenable et Développement Durable: Le modèle néo-classique en question*. Paris: Environnement et société 91- CIRED.
- Guanziroli, C. E. (2011). *Perfil da agricultura familiar no Brasil: dossiê estatístico*. Brasília: INCRA/FAO. Recuperado a partir de www.incra.gov.br.
- Hair, Jr., Joseph F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson Educational, Inc.

- Hogeland, J.A. (2006). The economic culture of U.S. agricultural cooperatives. *Culture & Agriculture*, 28(2). pp. 67-79.
- Horrigan, L., Lawrence, R.S., & Walker, P. (2002). How sustainable agriculture can address the environmental and human health harms of industrial agriculture. *Environmental Health Perspectives* 110. pp. 445-456.
- Kato, C. A. (2008). Arquitetura e sustentabilidade: projetar com ciência da energia. Dissertação de mestrado. *Arquitetura e Urbanismo*. Universidade Presbiteriana Mackenzie.
- Kuhlman, T. & Farrington, J. (2010). *What is sustainability?* Sustainability, 2. pp.436-448.
- Kruskal, W.H. & Wallis, W.A. (1952). Use of Ranks in One-Criterion Variance Analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 47. pp.583-621.
- Levi, Y. & Davis, P. (2008). Cooperatives as the “enfants terrible” of economics: Some implications for the social economy. *The Journal of Socio-Economics*, 37. pp. 178-188.
- Levin, R. I. & Rubin, D. S. (2004). *Estatística para administración y economía*. Pearson Educación.
- Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma Orientação Aplicada (3a.ed.)* Porto Alegre.
- Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics (5a ed.)*. Lisboa. Report Number.
- Michels, V. (2000). *Uma contribuição à análise dos princípios de administração financeira aplicados a sociedades cooperativas de produção agrícola*. Tese (Doutorado em Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo. 166 f.
- Modelo, M. (2014). *The paradox of fair trade*. Retrieved from http://www.ssireview.org/articles/entry/the_paradox_of_fair_trade.
- Nesbary, D. K. (2000). *Survey research and the world wide web*. Boston: Allyn & Bacon.
- Ng, L., Sibilkov, V., Wang, Q., & Zaiats, N. (2011). Does shareholder approval requirement of equity compensation plans matter? *Journal of Corporate Finance*, 17(5). pp.1510-1530.
- Oliveira Filho, J. E. (2004). Gestão ambiental e sustentabilidade: um novo paradigma econômico para as organizações modernas, Domus On Line: Ver. *Teor. Pol., Soc.* Cidade. Salvador, (1)1. pp. 92-113. jan./jun., 2004. Recuperado a partir de http://www.fbb.br/downloads/domus_jaime.pdf. Acesso em: 16 jan. 2010.
- Oliveira, D. P. R. (2007). *Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas (23a ed.)* São Paulo: Atlas.
- Oliveira, L. R., Medeiros, R. M., Terra, P. B., & Quelhas, O. L. G. (2012). *Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações*. Produção, Niterói, 22(1). pp.70-82.
- Pinto, A. L. & Ribeiro, M. S. (2004). Balanço Social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina. *Revista Contabilidade & Finanças*, São Paulo, 15(36), set-dez. pp.21-34.

Pires, M.L.L. & Silva, E.S. (2004). *Cenários e tendências do cooperativismo brasileiro*. Recife, Bagaço. 99 p.

Planas, J. & Valls-Junyent, F. (2011). ¿Por qué fracasaban las cooperativas agrícolas? Una respuesta a partir del análisis de um núcleo de la Cataluña rabassaire. *Investigaciones de Historia Económica*, 7. pp. 310-321.

Ponte, S. (2004). *Standards and Sustainability in the Coffee Sector*. Winnipeg, Canada: International Institute for Sustainable Development.

Potts, J., Voora, V., Lynch, M., & Mammadova, A. (2014). *The state of sustainability initiatives review: standards and the green economy*. London: International Institute for Sustainable Development, 254p.

Potts, J., Voora, V., Lynch, M., & Mammadova, A. (2017). *Standards and Biodiversity. State of Sustainability Initiatives Standard on Biodiversity - Thematic Review*. International Institute for Sustainable Development (IISD).

Puusa, A., Mönkkönen, K., & Varis, A. (2013). Mission lost? Dilemmatic dual nature of co-operatives. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 1. pp. 6-14.

Raynaut, C. & Zanoni, M. (1993). *La Construction de l'interdisciplinarité en Formation intégrée de l'environnement et du Développement*. Paris: Unesco (Document préparé pour la Réunion sur les Modalités de travail de Chaires Unesco du Développement Durable. Curitiba, 1(4) juillat 93. (mimeo).

Rees, W. (1992). Ecological footprints and appropriated carrying capacity: what urban economies leaves out. *Environment and Urbanization*. 4(2), pp. 121-130.

Rice, P.D. & J. McLean. (1999). *Sustainable Coffee at the Crossroads*. Consumer's Choice Council.

Rios, G. S. (2006). Cooperação e tipos de cooperativismo no Brasil. *Anais do I Encontro da Rede de Estudos Rurais*. Niterói: Rede de Estudos Rurais.

Rockström, J., Sachs, I., Öhman, M.C., & Schmidt-Traub, G. (2013). *Sustainable Development and Planetary Boundaries*. Background Paper for the High-level Panel of Eminent Persons on the Post-2015. Development Agenda.

Sachs, I. (1990). Desarrollo sustentable, bio-industrialización descentralizada y nuevas configuraciones ruralurbanas. Los casos de India y Brasil. *Pensamiento Iberoamericano*, Madrid, 46. pp. 235-256.

Sachs, I. (2002). Desenvolvimento sustentável, bioindustrialização descentralizada e novas configurações rural-urbanas: os casos da Índia e do Brasil. In: Vieira, P. F. & Weber, J. (Orgs.). *Gestão de Recursos Naturais Renováveis e Desenvolvimento – novos desafios para a pesquisa ambiental*. (3a ed.) São Paulo: Cortez.

Sachs, I. (2007). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. (4a ed.). Rio de Janeiro: Garamond, 95p.

Scharf, R. (2004). *Manual de Negócios Sustentáveis*. São Paulo: Amigos da Terra.

Silva, E. L. & Menezes, E. M. (2001). *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação* (3a ed. rev. atual). Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC. 121p.

- Singh, V. & Deewan, S. (2019). Impact of Corporate Social Responsibility in Sustainable Agriculture. *Productivity*. 59(4). pp. 394-412. 19p.
- Solow, R.M. (1997). Reply-georgescu-roegen versus solow/stiglitz. *Ecol. Econ.* 22. pp.267-268.
- Spitzeck, H. H., Qazi, D. C., Bachetti, J. G., & Borges, L. (2016). *Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil*. Núcleo de Sustentabilidade. Nova Lima: Fundação Dom Cabral. FDC.
- Sue, V. M. & Ritter, L. A. (2007). *Conducting online surveys*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tinoco, J. E. P. (2010). *Balanco Social e o Relatório de Sustentabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Tinoco, J. E. P. E. & Kraemer, M. E. P. (2011). *Contabilidade e Gestão Ambiental* (3a ed.). São Paulo: Atlas. p. 248.
- van Marrewijk, M. & Werre, M. (2003). Multiple levels of corporate sustainability. *Journal of Business Ethics*, New York. 44. pp. 107-119.
- Wang, X. et al. (2012). The Empirical Study on Operating Efficiency of Agricultural Cooperatives in Langao. *International Journal of Business and Management*. (7)17. pp. 60-69.
- World Values Survey - WVS (2014). Retrieved from www.worldvaluessurvey.org