

**SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS DA COOPERATIVA COTRISANA EM
RELAÇÃO AO CONSUMO DE FARINHA DE TRIGO E RAÇÃO**

Andrea Cristina da Rosa

Titulação: Tecnóloga em Agroindústria – UERGS – Unidade em Sananduva
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: andrea-rosa@uergs.edu.br

Ernane Ervino Pfuller

Titulação: Eng. Agrônomo e Educador Físico - UFSM e Mestre em Agronomia - UFSM
Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs.
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: pfuller.ernane@gmail.com

Marcia Regina Maboni Hoppen Porsch

Titulação: Graduação em Licenciatura em Física - URI, Especialização em
Interdisciplinaridade - Universidade da Região de Joinville e Mestre em Modelagem
Matemática – URI
Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs.
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: marcia_porsch@hotmail.com

Oberdan Telles da Silva

Titulação: Administrador de Empresas - UPF e Mestre em Administração-UCS
Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs.
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: oberdan-silva@uergs.edu.br

Rodrigo Sanchotene Silva

Titulação: Graduação em Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia- UERGS e Mestre
em Engenharia-UFRGS
Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs.
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: sanchotenesilva@hotmail.com

Geronimo Rodrigues Prado

Titulação: Graduação em Ciências Biológicas - Licenciatura- UNICRUZ e Mestre em
Agronomia-UFSM
Identificação profissional: Prof. da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs.
Avenida Pioneiro Fiorentino Bacchi 311, centro, Sananduva, RS. Cep. 99840-000
E-mail: geronimo.prado@yahoo.com.br

RESUMO: O trabalho objetivou aferir o nível de satisfação dos associados em relação ao consumo de farinha de trigo e ração da cooperativa. Para tanto se utilizou uma pesquisa qualitativo-quantitativa tipo estudo de caso abrangendo uma amostra de 50 associados da cooperativa Cotrisana. A abordagem aos clientes foi de forma direta e aleatória. Com base nos resultados foi possível identificar a satisfação dos associados sobre os produtos processados acima mencionados. De um modo geral as informações levantadas, identificou-se que os associados estão satisfeitos com os produtos processados oferecidos no mercado da cooperativa, pois maioria consome algum dos produtos agroindustrializados. A maior parte dos associados compra a farinha de trigo pelo preço atrativo em relação as demais marcas. Como ponto negativo da farinha, foi apontada a baixa qualidade desta com

relação às demais. Em relação a ração, a maior parte dos entrevistados apontou a superioridade desta às demais, por conter ingredientes de boa qualidade e por apresentar excelente valor energético que contribui muito para a sanidade e rendimento do rebanho. Como aspecto a ser melhorado, identificou-se que o tempo de entrega é um fator limitante. Finalizando, a cooperativa, através de sua inserção no município como fonte de capital social, faz com que o pequeno produtor possa ser competitivo e garantir uma boa renda.

Palavras-chave: Satisfação, farinha de trigo, ração.

ABSTRACT: The study aimed to assess the level of satisfaction of members in relation to wheat flour consumption and cooperative feed. For that we used a qualitative-quantitative research a case study covering a sample of 50 members of the cooperative Cotrisana. The approach to customers was direct and random. Based on the results it was possible to identify the satisfaction of members of the processed products mentioned above. In general the information gathered, it was found that members are satisfied with the processed products offered in the cooperative market because most consuming any of the products agroindustrialized. Most of the associated purchase wheat flour at attractive price compared with other brands. On the downside flour, low quality of this in relation to the other was appointed. Regarding food, most of the respondents pointed out the superiority of the others, because it contains good quality ingredients and provide excellent energy value that contributes greatly to the health and herd performance. As aspect to be improved, it was identified that the delivery time is a limiting factor. Finally, the cooperative, through its inclusion in the city as a source of social capital, makes small farmers can be competitive and ensure a good income.

Keywords: Satisfaction, flour, feed.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Cooperativas são empreendimentos econômicos formados pela associação voluntária de pessoas, visando o apoio mútuo de suas atividades. Trata-se de organizações administradas e controladas democraticamente pelos próprios associados, que aceitam assumir, de forma igualitária, os riscos e os benefícios do empreendimento. As cooperativas são, a um só tempo, associações de pessoas e empresas econômicas, cujo objetivo, é a satisfação das necessidades de seus sócios cooperados e a promoção da cultura da cidadania.

Desta forma, este trabalho tem por objetivo avaliar a satisfação do associado em relação ao consumo da farinha de trigo e ração produzidos pela cooperativa Cotrisana instalada no município de Sananduva – RS.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O trigo versus mercado

O trigo é um dos cereais de maior importância para a alimentação humana em todo mundo, mas para produzi-lo são necessários condições e fatores propícios para o desenvolvimento da cultura como solo e clima que permita a adaptação da planta (ABITRIGO, 2008)

A cadeia do trigo nacional tem sido um setor muito marcado por quedas, desânimos, e problemáticas econômicas, principalmente por o país não ter condições de fatores necessários

à competição com outros países como a Argentina ou os Estados Unidos (FUNDETEC, 2007).

O grande problema do Brasil é que o trigo importado toma espaço da produção nacional por ser mais barato. Ele, muitas vezes, chega ao destino com preços superiores ao nacional, quando os produtores internos são contemplados com o Programa de Escoamento de Produto (PEP). Mesmo assim, ocorre compensação em virtude da facilidade na obtenção de crédito no sistema financeiro internacional, possibilitando financiamento das aquisições com prazos de até um ano e juros bem abaixo do mercado interno. Diante disso, mesmo que o segmento moageiro não obtenha uma vantagem comparativa pela importação, poderá comercializar a farinha e aplicar parte dos recursos no mercado financeiro brasileiro ou servindo como capital de giro para a própria indústria. Esta desvantagem comparativa acaba se transformando em uma vantagem competitiva em favor do trigo importado (EMBRAPA, 2009).

Como solução ou alternativa a esse problema, poderia promover a abertura de crédito nas mesmas condições encontradas no mercado externo para a aquisição do trigo nacional, bem como a garantia da comercialização com preços que remunerem a atividade agrícola. Outra maneira de elevar a competitividade do segmento agrícola da cadeia produtiva é aumentar a integração entre os elos, utilizando-se de contratos de fornecimento de matéria-prima (EMBRAPA, 2009).

2.2 Valor do produto ao cliente

Valor ao cliente, segundo Churchil & Peter (2001), envolve a diferença entre benefícios e custos incorridos no processo de compra e venda. Ocorre valor percebido, segundo os autores, quando o cliente identifica mais benefícios do que custos em um processo de troca. De acordo com Greenberg (2001), o valor do ciclo de vida do cliente, pode ser entendido como o lucro gerado durante seu ciclo de vida na organização. Infere-se que esse conceito é ligado ao *Customer Relationship Management* (CRM), pois facilita o entendimento de quanto significa financeiramente perder um cliente.

3. MATERIAL E MÉTODOS

O planejamento da pesquisa depende do problema a ser investigado, sua natureza e onde ele se encontra delimitado (KÖOCHE, 2001).

Deste modo, esse trabalho visa estudar sobre a motivação dos associados para o consumo dos produtos agroindustrializados pela própria cooperativa, sendo que a pesquisa possui caráter qualitativo e exploratório.

Para o desenvolvimento do trabalho, foi realizada a pesquisa de campo com a aplicação de um questionário acerca da motivação/satisfação do associado para o consumo dos produtos agroindustrializados, composto por oito questões abertas, onde o entrevistado respondeu de acordo com o que melhor representasse sua realidade.

O estudo ocorreu em dias e horários aleatórios, durante o período de 09 a 13 de fevereiro de 2009. Participou da pesquisa um percentual dos associados da cooperativa, totalizando 50 pessoas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Demanda da farinha de trigo e farelo

O moinho trabalha com todas suas potencialidades, devido a ser uma agroindústria de pequeno porte quando comparado com outros moinhos da região. A produção da Cooperativa é 5.000 Kg.ano⁻¹ de farinha e para o farelo é de aproximadamente 90.000 Kg.ano⁻¹ Com a farinha Cotrisana são produzidos os produtos da padaria e confeitaria no Supermercado, com venda de 4.000 pacotes mensais para associados e clientes. Mais de 200 produtos são fabricados pela própria padaria e confeitaria com a farinha Cotrisana.

É muito importante salientar que quase tudo que o moinho produz, a cooperativa consegue vender. Nos meses de abril, maio, junho, setembro e dezembro as vendas superaram a produção, neste caso o trabalho dos funcionários dobra.

Na tabela 01 apresenta-se o fluxo de entrada e saída, ou seja, de produção e venda de farinha e farelo durante todo ano de 2008.

Tabela 01 - Produção e venda da farinha e farelo na cooperativa Cotrisana em 2008.

MESES	PRODUÇÃO (em Kg)		VENDAS(em Kg)	
	FARINHA	FARELO	FARINHA	FARELO
JANEIRO	25.775	14.140	20.500	11.100
FEVEREIRO	20.075	10.840	16.510	13.660
MARÇO	19.030	9.920	18.975	9.780
ABRIL	16.600	8.600	17.925	6.880
MAIO	11.887	6.020	15.350	8.080
JUNHO	15.000	8.500	15.850	8.120
JULHO	22.665	11.740	19.450	9.700
AGOSTO	19.450	9.700	14.800	8.780
SETEMBRO	16.765	8.200	20.450	6.040
OUTUBRO	15.340	8.200	15.300	9.380
NOVEMBRO	19.825	10.560	16.765	6.720
DEZEMBRO	11.325	6.500	15.000	4.800

4.2 Aspectos do processamento e estabelecimento de preços

Segundo dados da entrevista realizada com os diretores da Cooperativa, o moinho trabalhava, em 2009, com toda sua capacidade, com 08 horas por dia totalizando 40 horas semanais, e conseguia produzir pouca quantidade de farinha. A perspectiva era de ampliar as instalações de equipamento para aumentar a produção e possibilidades de vendas em outros estabelecimentos, mas deveria aumentar também o consumo desta e a oferta no mercado.

Para analisar o custo da farinha teremos por base um hectare de trigo com a produtividade média da região que é em torno de 45 sacos de 60 kg.ha⁻¹.

O produtor que colhia um hectare (ha) de trigo que lhe rendia cerca de 2.700 Kg, recebia por este trigo R\$ 855,00 (R\$ 26,00 a saca). O moinho industrializava este trigo e obtinha 1.760 Kg de farinha e 940 kg de farelo. Depois de embalado, rotulado e distribuído, recebia R\$ 6,005 Kg⁻¹ pela farinha e R\$ 9,50 pela saca de 50kg de farelo. O moinho conseguia atingir uma produção de farinha de 1.725 Kg.dia⁻¹ e 414.000Kg.ano⁻¹.

A agroindústria produz a farinha para comercialização no próprio mercado da Cooperativa. Porém, se houver a concretização de estímulos para aquisição de novos equipamentos, a produção de farinha pode aumentar, pois o moinho não trabalha com todo seu potencial.

Ao longo dos últimos anos, houve aperfeiçoamento técnico do moleiro com cursos técnicos em moagem para alavancar a demanda e se conseguir atender a oferta o produto para outras empresas do município ou da região. O consumo da farinha vem aumentando aos

poucos só no mercado Cotrisana já houve aumento de quase 50%, quando comparada com anos anteriores. Em 2009 tinha-se a comercialização de 15.000 Kg.mês⁻¹ farinha.

Um dos principais problemas enfrentados pela agroindústria está no conserto das peças das máquinas que realizam o processo de transformação do trigo dentro do moinho, pois quando fura alguma tela do plansister, que pode ocorrer devido a presença de aveia ou excesso de umidade de trigo, precisam-se parar as máquinas e descobrir onde está o defeito, ocasionando uma perda de tempo, podendo sair casquinhas de trigo junto prejudicando a qualidade final da farinha. Como ponto positivo do moinho pode-se frisar a ordem o rendimento, higienização e organização do local, a qualidade da farinha, pois o consumo e produção cresceram muito nos últimos anos.

Em resumo, a cooperativa gera um retorno econômico para a região, pois atua em diversos setores: leite, grãos, supermercado, beneficiamento do feijão, armazenamento de sementes, moinho (farinha, farelo e ração), empregando muita mão-de-obra e coletando impostos para o município são de suma importância para seus empregados, cooperados e compradores.

A agroindústria é muito importante é o elo de produção da Cooperativa, pois ganha com o valor agregado ao produto e beneficia todos seus associados com preços, condições e produtos processado de boa qualidade.

Com relação ao preço estipulado para a farinha, ele é calculado a partir da soma de todas as despesas como mão-de-obra, matéria-prima, água, energia, embalagem, somados a uma margem de receita estipulada pela cooperativa. Segundo levantamento realizado junto à empresa, a Cooperativa apresenta um custo inicial de R\$ 0,89Kg⁻¹ de farinha, a cada 5Kg de farinha tem-se um custo de R\$ 4,45, sendo a farinha comercializada no próprio mercado a R\$ 6,25, desta forma percebe-se que a Cotrisana consegue obter uma boa margem de lucro com produção da farinha (LAZZARI, 2009).

4.3 Satisfação dos clientes em relação à farinha e ração o da Cotrisana

Para conhecer melhor a satisfação e valorização do associado com relação aos produtos processados pela cooperativa (farinha e ração), realizou-se uma pesquisa á campo, a qual é apresentada na sequência.

Quando os associados foram questionados sobre sua satisfação com a empresa, observou-se que estão satisfeitos com a empresa, devido à mesma mostrar seriedade acreditar

nos seus ideais e capacidade, valorizando cada um, não importando a quantidade da produção entregue a esta.

A grande maioria dos entrevistados (90%) consome algum dos produtos agroindustrializados pela sua Cooperativa. Há aqueles que consomem ambos os produtos, outros somente um. Apenas 10% dos associados que entregam sua produção, consomem farinhas de outras empresas. O restante entrega toda sua produção e em troca recebem produtos processados pela cooperativa (Figura 01).

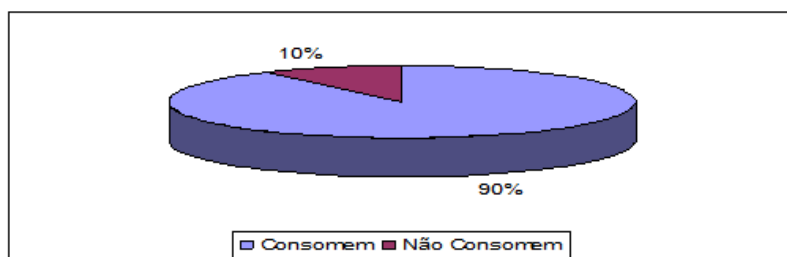


Figura 01- Demanda, pelos associados, da farinha e da ração produzidas pela cooperativa Cotrisana em 2009.

Para 50% dos associados entrevistados, o principal motivo de escolha da farinha Cotrisana é o seu preço, considerado inferiores às demais farinhas. Para 30% dos entrevistados a qualidade da farinha Cotrisana faz com que promova a escolha desta e não de outra farinha e 20% dos associados optam pela farinha devido ao bom atendimento oferecido e disponibilidade do produto, conforme a figura 02.

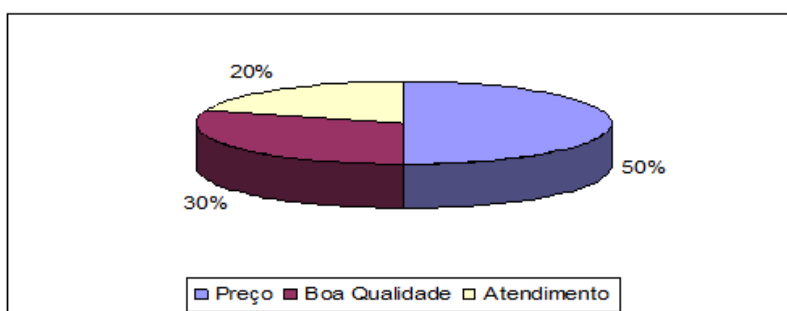


Figura 02- Parâmetros de escolha dos associados pela farinha Cotrisana.

Com relação à demanda do consumo da farinha Cotrisana, a grande maioria dos entrevistados consome a farinha, devido estes entregarem sua produção de trigo nesta e por fazer troca-troca facilitando a relação comercial. Entretanto, a maioria dos associados não utiliza somente a farinha de sua cooperativa, eles costumam comprar outra diferente para misturar. Somente 15% dos associados utilizam à farinha pura e 85% misturam (Figura 03).

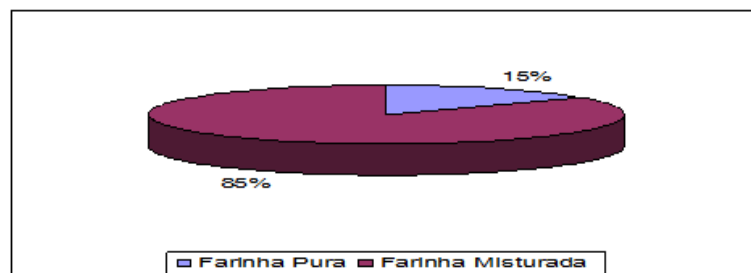


Figura 03- Consumo da farinha Cotrisana pelos seus associados.

As principais vantagens e desvantagens encontradas na farinha Cotrisana, citadas pelos associados foram: 20% pela sua qualidade, 30% pelo seu rendimento na sua utilização e 50% pelo preço devido esta ser mais barata que as demais, como pode ser verificado na figura

04.

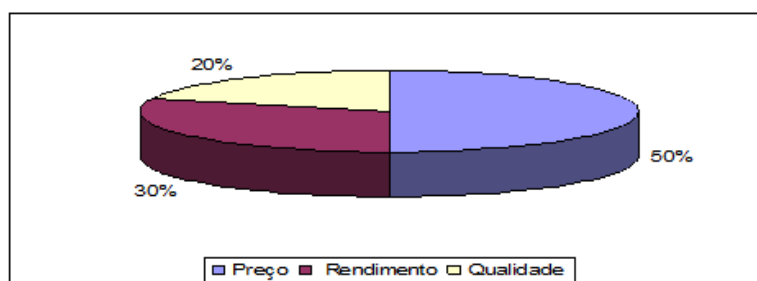


Figura 04- Pontos positivos da farinha Cotrisana, Sananduva-RS.

As principais desvantagens da farinha apontada pelos associados foram: a baixa qualidade desta com relação às demais farinhas, apontada por 50% dos entrevistados. Eles não utilizam a farinha Cotrisana pura. Costumam misturar com outros tipos de farinhas como a marca Sananduva, Nordeste, etc, e alegam que a farinha é muito fraca e que sua compra torna-se um custo muito elevado, pois tem que comprar dois tipos de farinha para fazer o pão, caso contrário não acertam o ponto ideal de panificação. Observou-se também que 30% dos entrevistados deixam de comprar a farinha Cotrisana devido esta ter muita variação em seu padrão, nem sempre apresenta boas características. Ainda, do total, 20% dos entrevistados apontaram como desvantagem da farinha Cotrisana sua coloração escura quando comparada às demais (Figura 05)

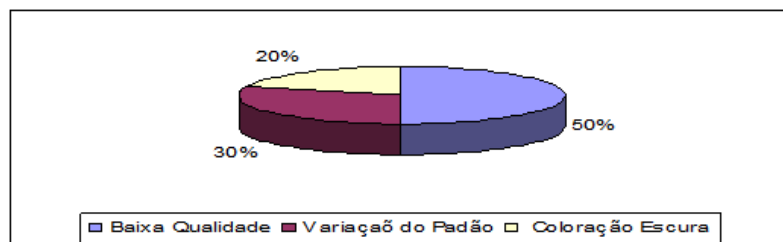


Figura 05 -Pontos negativos da farinha Cotrisana, apontado pelos entrevistados, em 2009.

Segundo dados coletados, percebem-se algumas vantagens da ração industrializada pela cooperativa, tendo que a maioria do quadro associativista costuma adquirir a ração processada pela cooperativa (Figura 06).

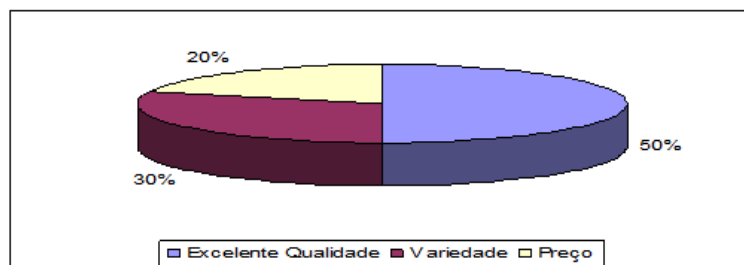


Figura 06 - Pontos positivos apontados pelos entrevistados sobre a ração Cotrisana, Sananduva – RS.

Segundo os entrevistados, a ração produzida pela cooperativa tem evoluído muito em termos nutricionais a pesar de esta estar atuando há poucos anos no mercado. Além disso, a sua qualidade costuma ser superior a de muitas empresas que já está há vários anos no comércio.

Para 50% consumidores entrevistados a ração produzida na Cooperativa Cotrisana é superior às demais, por conter ingredientes de boa qualidade e por apresentar excelente valor energético que contribui muito para a sanidade e rendimento do rebanho. Analisou-se que 30% dos associados preferem esta ração devido a grande variedade e tipos existentes, que inclui desde o estado inicial (bezerro) até para cuidados com pré e pós-parto de fêmeas já adultas. E por ultimo observou-se que 20% dos entrevistados optam pela ração Cotrisana devido esta apresentar menor preço que as concorrentes.

Os associados entrevistados sugeriram possíveis melhorias para os produtos fabricados pela cooperativa as sugestões apontadas para a farinha. Cerca de 50% dos entrevistados sugeriu que melhorasse a qualidade desta tornando-a mais forte para não ser necessário misturar outra, outros sugeriram para que fosse mais bem divulgada a qualidade da farinha, 20% solicitaram que melhorasse seu rótulo destacasse melhor para chamar atenção dos clientes, que colocassem receitas no verso e 20% dos associados sugeriram que a farinha fosse comercializada nos demais comércios não só de Sananduva, mas também para fora para que todos soubessem da existência da farinha e fizessem uso desta, e 10% sugeriram para a cooperativa manter sempre o mesmo padrão de farinha que ela fosse sempre de boa qualidade e não variasse (Figura 07):

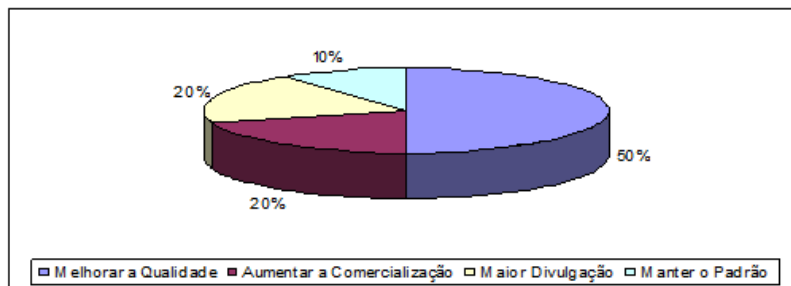


Figura 07 - Sugestões de melhoria pelos associados para farinha Cotrisana.

Do total, 60% dos associados sugeriram que para aumentar e melhorar a demanda da ração esta deveria ser entregue com maior rapidez, outros 20% sugeriram um preço menor, pois a fabricação desta em casa agrega um custo menor. Também apontaram a possibilidade de maior divulgação da ração, a comercialização em outros locais não só na cooperativa, pois muitos não sabem de sua existência, o que foi informado por 20% dos entrevistados (Figura 08)

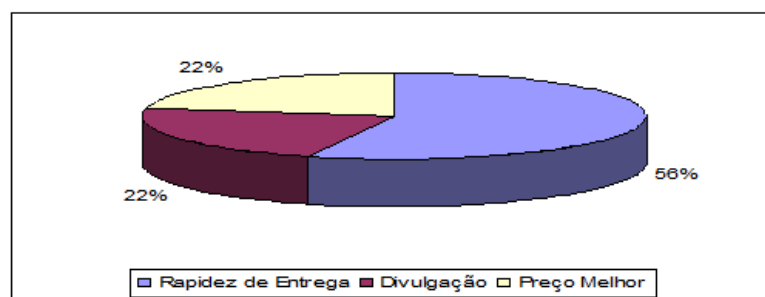


Figura 08 - Opções de melhoria dos associados para a ração Cotrisana.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após compra da matéria-prima para a produção da farinha, a indústria repassa esta para o supermercado da Cotrisana com destino a venda, com preços estabelecidos de acordo com custos operacionais do processamento. Além disso, o mercado disponibiliza de uma padaria própria e o custo da farinha chega com valor menor afetando positivamente o preço final de seus biscoitos, bolachas, bolos, pães, entre outras guloseimas.

O moinho representa uma importante fatia de contribuição financeira para a empresa, gerando renda, propiciando produtos de qualidade e sabor com preços acessíveis aos seus associados, colaboradores, fornecedores e toda a população gerando empregos e contribuindo para a geração de impostos.

Sob o ponto de vista da produção de trigo regional, agroindústria não tem condições de absorver e industrializar um volume muito maior de trigo, tendo em vista o tamanho da

instalação e da capacidade de moagem. Para industrializar um volume maior, seria necessário aperfeiçoar a produção com maior aproveitamento da capacidade e a adoção de dois turnos de produção, instalação de outro moinho mais moderno.

A agroindústria é pequena, mas tem capacidade para expandir. Quando a cooperativa passar a moer em dois turnos além de gerar duas novas vagas de trabalho, irá dobrar a produção.

A Cooperativa, através de sua inserção no município como fonte de capital social, faz com que o pequeno produtor possa ser competitivo e garantir uma boa renda.

6 REFERÊNCIAS

ABITRIGO. **Informações diversas**. Disponível em: www.abitrigo.com.br. Acesso em: 27/03/09.

CHURCHILL J.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

EMBRAPA. **História do trigo no Brasil**. Disponível em: www.cnpso.embrapa.br. Acesso em: 10/04/09.

FUNDETEC. **Curso de moagem de trigo: diagramação e moagem**. Cascavel, 2007.

GREENBERG, P. **CRM, Customer Relationship Management na velocidade da luz: conquista e lealdade de clientes em tempo real na Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

KÖOCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 19ª edição Petrópolis: vozes, 2001.

LAZZARI, Avelino. **Informações verbais**. 2009.