UFSM

RGC
Revista de Gestão e Organizações Cooperativas

ISSN 2359-0432
ACESSO ABERTO

RGC, Santa Maria, v. 13, n. 25, e90833, 2026 • https://doi.org/10.5902/2359043290833
Submissão: 17/02/2025 • Aprovação: 25/06/2025 • Publicação: 26/11/2026

Indentidade e Cenário Jurídico

Valores organizacionais: Qual a percepção de gestores e colaboradores de uma cooperativa de crédito?

Organizational values: What are the perceptions of managers and employees of a credit union?

Valores organizacionales: ¿Cuál es la percepción de los gerentes y colaboradores de una cooperativa de crédito?

Camila Inês Faccin[I], Ana Claúdia Rosa[I], Denise Espich[I], José Eduardo Gubert[I]

[I]Instituto Federal Farroupilha, Frederico Westphalen, RS, Brasil
[II]Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil

RESUMO

O cooperativismo pode ser observado em um grupo de pessoas com objetivos em comum e que se unem para tornar-se mais fortes e alcançar resultados com mais eficiência. O comportamento organizacional dentro das cooperativas condiz com a forma como seus colaboradores agem em relação aos valores organizacionais. O presente estudo, realizado em uma cooperativa de crédito, apresentou como objetivo: analisar os valores organizacionais aplicados pela cooperativa de crédito na percepção da equipe de colaboradores e gestores. A abordagem desta pesquisa foi qualitativa e qualitativa, quanto ao seu objetivo é descritiva e em relação aos procedimentos esta pesquisa se classifica como aplicada, a partir dos procedimentos metodológicos de um estudo de caso, utilizou-se a ferramenta questionário, elaborado com base na escala de valores de Oliveira e Tamayo (2004) e aplicado via Google Forms. Os resultados obtidos auxiliaram na compreensão de como os colaboradores da cooperativa priorizam valores em suas vidas pessoais e como percebem os valores priorizados pela organização.

Palavras-chave: Cooperativas; Cooperativas de crédito; Gestão de Pessoas; Comportamento organizacional; Valores organizacionais

ABSTRACT

Cooperativism is evident in groups of people with shared goals who unite to strengthen themselves and achieve results more efficiently. Organizational behavior within cooperatives reflects how employees

Artigo publicado por Revista de Gestão e Organizações Cooperativas sob uma licença CC BY-NC-SA 4.0.

act in relation to organizational values. This study, conducted at a credit cooperative, aimed to analyze the organizational values practiced by the cooperative from the perspective of its staff and managers. The research adopted a qualitative approach, being descriptive in its objective and classified as applied research regarding procedures, it employed a case study method and a questionnaire based on the value scale developed by Oliveira and Tamayo (2004), administered via Google Forms. The results provided insight into how the cooperative's employees prioritize values in their personal lives and how they perceive the values prioritized by the organization.

Keywords: Cooperatives; Credit unions; People management; Organizational behavior; Organizational values

RESUMEN

El cooperativismo se manifiesta en grupos de personas con objetivos comunes que se unen para fortalecerse y lograr resultados de manera más eficiente. El comportamiento organizacional dentro de las cooperativas refleja cómo actúan los empleados en relación con los valores organizacionales. Este estudio, realizado en una cooperativa de crédito, tuvo como objetivo analizar los valores organizacionales practicados por la cooperativa desde la perspectiva de su personal y gerentes. La investigación adoptó un enfoque cualitativo, siendo descriptiva en su objetivo y clasificada como investigación aplicada en cuanto a procedimientos, empleó el método de estudio de caso y un cuestionario basado en la escala de valores desarrollada por Oliveira y Tamayo (2004), administrado a través de Google Forms. Los resultados brindaron información sobre cómo los empleados de la cooperativa priorizan los valores en su vida personal y cómo perciben los valores priorizados por la organización.

Palabras clave: Cooperativas; Cooperativas de crédito; Gestión de recursos humanos; Comportamiento organizacional; Valores organizacionales

1 INTRODUÇÃO

No atual contexto vivenciado pelas organizações, atentar para os valores organizacionais pode ser relevante no seu processo de desenvolvimento. Tamayo (2008) enfatiza a importância para uma organização em ter valores que influenciem nos esforços dos colaboradores. Os valores expressam metas e interesses da organização enquanto coletividade de interesses e motivações dos seus membros (Tamayo, 2008).

Nos últimos anos, as cooperativas de crédito passaram por um processo de expansão e fortalecimento no sistema financeiro do Brasil. Nesse contexto, aspectos relacionados à gestão de pessoas, ao comportamento organizacional e aos valores compartilhados tornam-se estratégicos para promover o crescimento institucional,

CC BY NC SA

fortalecer a identidade cooperativista e contribuir no comprometimento dos colaboradores (Cunha *et al.*, 2024; Kraus *et al.,* 2024).

No Brasil, o entendimento da forma cooperativa de organização está amparado na Constituição Federal e detalhado na Lei nº 5.764/1971, que estabeleceu o cooperativismo no âmbito do Estado, contudo, não forneceu ferramentas adequadas para enfrentar desafios como o isomorfismo - a tendência de as organizações se tornarem similares em sua estrutura (Brasil, 1971). É preciso destacar que isso resultou na incapacidade de controlar o aumento excessivo de valor dentro de algumas partes dessa estrutura complexa.

Além de normas aplicadas as cooperativas de modo geral, as cooperativas de crédito, por serem agentes operadores do Sistema Financeiro Nacional devem seguir as normas estabelecidas pelo Conselho Monetário Nacional e são supervisionadas pelo Banco Central do Brasil (BCB, 2024). As normas voltadas a garantir integridade financeira destas cooperativas, acabam por reforçar os desafios do isomorfismo.

Por outro lado, observa-se que aspectos destas normas também oferecem maneiras de superar esses obstáculos no contexto das cooperativas, como é o caso de um fundo obrigatório, previsto na Lei nº 5.764/1971. Adotado pelo movimento cooperativo, o Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social (FATES), representa no mínimo 5% do superávit líquido apurado no ano anterior, e deve ser utilizado para o trabalho cooperativo de educação, formação e informação no contexto da organização (Brasil, 1971).

Deste modo, ao adentrar no universo das cooperativas, depara-se com um cenário rico em valores e práticas organizacionais únicas. Esta investigação é motivada pela relevância crescente que esses valores têm na definição da cultura, das crenças, da filosofia e até mesmo da competitividade de mercado das organizações. A análise dos valores organizacionais em cooperativas não é apenas uma janela para compreender suas práticas internas, mas também um meio de perceber como esses valores impactam o comportamento e a atuação dos colaboradores.

Tamayo (2007) afirma que uma organização que apresenta comportamentos de inovação, criatividade e persistência é resultante dos esforços que seus colaboradores

empregam em determinados comportamentos. Desta forma, os valores organizacionais dentro de toda e qualquer organização representam um contexto importante e definem sua cultura organizacional.

Pesquisas recentes evidenciam que a percepção dos colaboradores acerca dos valores organizacionais influencia o clima organizacional, o engajamento, a cooperação entre equipes e a qualidade das relações de trabalho. No cenário das cooperativas de crédito, esses fatores tornam-se relevantes, tendo em vista que os princípios cooperativistas estão fundamentados na participação democrática e na valorização das pessoas (Stecca *et al.,* 2021; Bento *et al.,* 2022).

Assim sendo, o presente estudo traz como problema de pesquisa: Qual é a percepção dos colaboradores e gestores de uma Cooperativa de Crédito sobre os valores da organização? Para responder ao problema, o objetivo desta pesquisa foi analisar os valores organizacionais aplicados por uma Cooperativa de Crédito, localizada no Mato Grosso do Sul, na percepção da equipe de colaboradores e gestores desta cooperativa.

Destaca-se a relevância deste estudo para o desenvolvimento de pesquisas sobre valores organizacionais, inseridas em um contexto de cooperativas, pois possibilitou construir novos conhecimentos e perspectivas para futuras pesquisas e publicações. Neste sentido, salienta-se a necessidade de acesso aos colaboradores e gestores para a coleta dos dados, o que dificulta desenvolver pesquisas aplicadas nesta temática. Portanto, esta pesquisa pode servir de base para novos estudos, nos contextos de outras cooperativas.

Além disso, os colaboradores, por serem parte fundamental da funcionalidade de uma organização, sabem que estas devem estar em constante desenvolvimento e fomentação de seus valores organizacionais, para que não ocorra um enfraquecimento na cultura organizacional da cooperativa e nem uma contraposição do que a mesma preza em relação ao que seus colaboradores realizam. Por meio dos resultados obtidos, como contribuições práticas, forneceu-se a Gestão de Pessoas da organização a possibilidade de executar adequações das práticas atreladas aos valores organizacionais identificados e os valores que a organização almeja promover.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cooperativismo e o ramo de crédito

Cooperativismo é um movimento, uma filosofia de vida e uma forma de organização socioeconômica, que possui a capacidade de integrar o desenvolvimento da economia e o bem-estar social. Dentre os referenciais do cooperativismo estão a participação democrática, a solidariedade e a autonomia (Reisdorfer, 2014).

Deste modo, o cooperativismo teve origem em um momento histórico no qual tinha início a doutrina econômico liberal, conceito estabelecido por Adam Smith, filósofo e economista britânico, que apoiava o afastamento do Estado da sociedade. Através desse modelo econômico, o governo deveria garantir os direitos básicos à população: paz e segurança, mas não eram obrigados a fornecer direitos secundários: educação, saúde, habitação etc. (Fardini, 2017; Reisdorfer, 2014).

Dessa forma, o modelo liberal obrigava as pessoas a buscarem por soluções para garantir a sua sobrevivência. O cooperativismo teve origem como uma alternativa para buscar acesso a bens, serviço e trabalho frente às desigualdades sociais e concentração de riquezas por uma minoria (Fardini, 2017).

A primeira cooperativa no mundo foi fundada no ano de 1844 na cidade de Rochdale - Manchester, interior da Inglaterra, devido à necessidade e sem condições de comprar o básico para sobreviver, um grupo de 28 trabalhadores uniram-se para montar seu próprio armazém. Com uma proposta simples, eles compravam alimentos em grande escala com melhor preço, em que tudo o que era adquirido era dividido igualitariamente entre o grupo. Desta forma nascia a “Sociedade dos Probos de Rochdale”, uma cooperativa moderna, que abriu as portas com base em valores e princípios morais considerados até hoje como base do cooperativismo (OCB, 2021).

O Movimento Cooperativista teve início no Brasil em 1847 quando o médico francês Jean Maurice Faivre, que era simpatizante das ideias revolucionárias de Charles Fourier, fundou a colônia Tereza Cristina, no Paraná, com princípios de cooperativismo.

CC BY NC SA

Esta organização teve uma breve existência no país, porém representa uma base para o estabelecimento do movimento (Fardini, 2017).

A primeira cooperativa fundada no Brasil foi a Associação Cooperativa dos Empregados da Companhia Telefônica, em Limeira, São Paulo em 1891. Em seguida, o cooperativismo ganhou força no país com a chegada de imigrantes alemães, italianos e japoneses, que habitavam o sul e sudeste do país. O grande marco do cooperativismo no país ocorreu através da publicação do Decreto nº 22.239, de 19 de dezembro de 1932, a Primeira Lei Orgânica do Cooperativismo Brasileiro (Fardini, 2017).

Cabe destacar também a cooperativa brasileira mais antiga ainda em atividade. Denominada Sicredi Pioneira, ela foi fundada em 1902, pelo padre suíço Theodor Amstad, e foi a primeira cooperativa de crédito do Brasil (SOMOSCOOP, 2024; Reisdorfer, 2014; Fardini, 2017; OCB, 2021).

Na década de 1950 surgiram as primeiras iniciativas para a unificação do cooperativismo através da União Nacional das Associações Cooperativas (UNASCO). Em seguida, devido a divergências entre membros desta entidade, foi criada a Associação Brasileira de Cooperativas (ABCOOP). Em 2 de dezembro de 1969 o cooperativismo ganhou sua própria entidade representativa, através da fundação da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) (Fardini, 2017; OCB, 2021).

O objetivo do cooperativismo é disseminar as ideias nas quais se fundamenta, a fim de alcançar o desenvolvimento financeiro, econômico e social de todas as cooperativas. O modelo cooperativista existe desde os primórdios da sociedade. O cooperativismo é resultado da necessidade de sobrevivência através da reunião de pessoas, trabalho, ideias, que realizam seus objetivos através de esforço mútuo (Reisdorfer, 2014).

A partir desta base, o cooperativismo apresenta como objetivo unir pessoas, visando atender às necessidades do grupo e não às necessidades particulares. Dessa forma, o cooperativismo é um modelo econômico que leva ao sucesso, com igualdade e justiça entre os indivíduos, através da cooperação mútua. Consequentemente, na maioria dos casos, o cooperado ou membro da cooperativa é um trabalhador do meio

rural ou urbano, que exerce qualquer atividade econômica, e se associa à cooperativa, passando a possuir responsabilidades, direitos e deveres (Reisdorfer, 2014).

Do ponto de vista de uma doutrina social, o cooperativismo realiza uma sistematização da reforma da sociedade, a partir do momento que aspira pelo aperfeiçoamento moral do ser humano através da organização e implementação de valores essenciais às pessoas. Por outro lado, o cooperativismo é compreendido como uma ferramenta capaz de promover a organização da sociedade, democratizando os investimentos, distribuição de renda, regulamentação de mercado, empregos e justiça econômica e social (Reisdorfer, 2014).

Apesar de que a sua origem esteja associada aos princípios formulados pelos Pioneiros de Rochdale, o cooperativismo contemporâneo passou por significativas transformações. Nesse contexto, as cooperativas de crédito passaram a incorporar atuais práticas de governança, gestão de riscos e inovação, preservando, ao mesmo tempo, os princípios da participação democrática, da autonomia, da educação cooperativista e da preocupação com a comunidade (Cunha et al., 2024).

2.2 Da gestão de pessoas aos valores organizacionais nas cooperativas

O processo de gestão de pessoas dentro de uma organização é responsável pelo recrutamento, treinamento, desenvolvimento, recompensas e avaliação do desempenho dos funcionários (Chiavenato, 1999). Relacionando-se a uma série de fatores, como o ramo da organização e o ambiente de trabalho, que são específicos de cada organização (Marques, 2015).

Inserido no contexto de gestão de pessoas, o Comportamento Organizacional (CO) corresponde ao estudo de pessoas e grupos de pessoas que atuam em empresas ou organizações, avaliando como as organizações influenciam as pessoas, e vice-versa. O CO avalia a influência mútua gerada pela interação das pessoas e seu local de trabalho, sendo importante tanto para o desenvolvimento de novas organizações, como para promover mudanças em organizações já existentes. Assim, destaca-se sua relevância para quem trabalha ou investe em organizações, ou as administra (Chiavenato, 2005).

CC BY NC SA

O CO se dedica a uma investigação sistemática da conduta humana, com foco nas atitudes de cada indivíduo ou grupo pertencentes à uma determinada organização, e objetiva aumentar a produtividade, diminuir as ausências além de promover a cidadania organizacional. Tais atitudes correspondem a acontecimentos comuns no local de trabalho, tais como comprometimento, engajamento, motivação e eficiência na execução do trabalho, estando estes relacionados aos níveis macro, mexo e micro (Miyazaki; Videira, 2020).

Robbins (2002) define o CO como o estudo do impacto dos indivíduos, grupos e estruturas nas organizações. Este estudo é subdividido em três níveis: individual, grupal e estrutural. O autor também salienta que o CO é uma ciência multidisciplinar, recebendo influências de áreas como psicologia, sociologia e ciências políticas. Deste modo, o CO reflete a cultura organizacional (Silva; Silva; Bergamini, 2018).

A cultura organizacional é importante para o desenvolvimento das atividades, por tratar do modo como estas são preparadas e realizadas. Ferreira e Assmar (2008) consideram a cultura organizacional um padrão de pressupostos básicos que se mostram eficazes para resolver os problemas de adaptação externa e integração interna. Segundo Motta e Vasconcelos (2021) a cultura organizacional pode ser constatada em alguns elementos como: na forma em que os colaboradores são recebidos na organização, nos assuntos que circulam nela, em forma de histórias sobre seus fundadores, por exemplo, e na forma de linguagem mais utilizada pelos funcionários e seus dirigentes.

Falar em cultura implica falar sobre a capacidade de adaptação do indivíduo à realidade do grupo no qual está inserido. A cultura, como a construção do significado social e normativo, possibilita que um grupo se fortaleça ou se desintegre. A cultura expressa os valores e as crenças que os membros desse grupo partilham. Tais valores manifestam-se por meio de símbolos, como mitos, rituais, histórias, lendas e uma linguagem especializada, orientando os indivíduos de uma referida cultura na forma de pensar, agir e tomar decisões (Pires; Macêdo, 2006).

Existem três dimensões fundamentais para o estudo de valores, os valores individuais, os valores laborais e os valores organizacionais (Tamayo, 2007). Para esta pesquisa, e para o nível desejado de análise, o foco está nos valores organizacionais.

Os valores individuais e os valores organizacionais constituem dois sistemas consolidados e relativamente independentes, mas que compartilham várias características gerais dos valores, tendo em comum os componentes motivacional, cognitivo, hierárquico e pessoal. Assemelham-se também na importante função que desempenham, isto é, os primeiros orientam a vida das pessoas e os segundos guiam a vida da organização (Oliveira; Tamayo, 2004).

Pesquisas recentes evidenciam que os valores organizacionais possuem papel estratégico na construção do comprometimento, do clima organizacional e das práticas de gestão de pessoas em cooperativas de crédito. Nessas organizações, a percepção dos colaboradores acerca dos valores institucionais influencia o engajamento, a cooperação e a identificação com a missão cooperativista (Stecca *et al.*, 2021; Bento *et al.*, 2022).

O sistema de valores consiste em uma disposição hierárquica dos mesmos, a partir de uma classificação por ordem de importância. Esta classificação distingue valores primários de valores secundários. Portanto, a hierarquização é inerente aos valores organizacionais. Através da organização dos valores de forma hierárquica, pressupõe-se que a organização se relaciona ativamente com o mundo físico, tomando partido e não apenas como expectador (Tamayo; Godim, 1996). O princípio de graus de valor em uma escala de valores relacionado a um *continuum* de importância se baseia na relação dos valores com o tempo, que é um fator crucial para seu desenvolvimento, da missão e dos objetivos da empresa, cuja especificidade estabelece uma ordem de prioridade, além do esforço realizado pela organização para que seus membros alcancem os objetivos estabelecidos (Tamayo; Godim, 1996).

Esses valores não apenas estruturam a organização, mas também influenciam profundamente o comportamento e as decisões dos colaboradores. Quando internalizados, eles geram um senso de identidade organizacional e direcionam as ações coletivas em

direção aos objetivos da empresa, em que esta dinâmica realça a natureza prática dos valores organizacionais, que vão além de conceitos teóricos e se manifestam nas práticas diárias, políticas e decisões estratégicas da organização (Oliveira; Tamayo, 2004).

Além disso, destaca-se a importante relação entre os valores organizacionais e a motivação dos colaboradores, visto que o alinhamento entre os valores da organização e os valores individuais dos colaboradores pode significativamente aumentar o engajamento e a satisfação no trabalho, criando um ambiente de trabalho mais harmônico e produtivo. Este alinhamento é benéfico tanto para os colaboradores quanto para a organização, uma vez que fomenta um clima organizacional positivo e promove a lealdade e o comprometimento (Oliveira; Tamayo, 2004).

Portanto, os valores organizacionais são dinâmicos e sujeitos a mudanças ao longo do tempo. As organizações devem estar atentas a essas mudanças, adaptando-se para manter a relevância e eficiência em um ambiente de negócios em constante evolução. A atualização periódica dos valores organizacionais é fundamental para refletir as mudanças no mercado, na sociedade e nas expectativas dos colaboradores (Tamayo; Mendes; Paz, 2000).

O inventário de valores organizacionais (IVO), foi desenvolvido e validado por Tamayo, Mendes e Paz (2000) e estabeleceu uma relação entre um método empírico e uma teoria de valores. A estratégia dos autores se baseou na estrutura e valores organizacionais sugeridas por Schwartz e Ros (1995) e Schwartz (1999).

A teoria de escala de valores envolveu a utilização das dimensões culturais dos valores organizacionais para estudá-los, pois as empresas são grupos que passam por problemas parecidos com os problemas de uma sociedade. A fim de garantir sua sobrevivência a empresa precisa solucionar os problemas como a relação dos indivíduos com o coletivo, que pode ser fonte de conflito, exigindo formas de tornar os interesses de ambas as partes, compatíveis, a necessidade de estabelecer uma estrutura capaz de garantir que os objetivos da organização sejam alcançados e a relação entre a empresa e o ambiente físico e social (Oliveira; Tamayo, 2004).

Quadro 1 – Descrição dos fatores

Fator	Aspecto avaliado	Descrição
1	Realização	Agrega itens que representam valores cuja meta central é o sucesso, através da demonstração de competência da organização e de seus empregados. Desempenho competente é uma exigência para a sobrevivência da organização e para a permanência do empregado nesse contexto.
2	Conformidade	O conteúdo dos itens refere-se à definição de limites das ações organizacionais e comportamentos de seus membros, dando prioridade ao respeito a regras e modelos de comportamentos, tanto no ambiente de trabalho quanto no relacionamento com outras organizações.
3	Domínio	Congrega itens relativos ao Poder, cuja meta central é a obtenção de status, controle sobre pessoas e recursos, bem como à busca de uma posição dominante no mercado.
4	Bem-estar do Empregado	Os itens deste fator indicam a preocupação da organização em propiciar satisfação ao empregado, atentando para a qualidade de vida no trabalho. Sua base teórica são os valores do tipo motivacional Hedonismo.
5	Tradição	Este fator contém itens relativos à preservação e ao respeito aos costumes e práticas consagradas pela organização que prefere manter sua forma de funcionamento
6	Prestígio	Os itens estão relacionados ao Poder. A organização busca prestígio, admiração e respeito da sociedade por causa da qualidade dos seus produtos.
7	Autonomia	Congrega itens referentes à busca de aperfeiçoamento constante do empregado e da organização que se expressa por meio de competência, curiosidade, criatividade, variedade de experiência e definição de objetivos profissionais de seus empregados. Além disso, há uma abertura para os desafios.
8	Preocupação com a Coletividade	Este fator é composto por valores que orientam o relacionamento cotidiano com indivíduos próximos e com a comunidade

Fonte: Elaborado com base em Oliveira e Tamayo (2004, p. 135; 137)

A similaridade entre os valores pessoais e os valores organizacionais, corresponde à base para o desenvolvimento do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO), obtendo uma teoria integrada de valores. O entendimento dos valores organizacionais se sustenta nos valores individuais, que também são conhecidos como valores básicos, pois são a base para todos os outros valores (Oliveira; Tamayo, 2004).

Com intuito de mensurar valores organizacionais, Oliveira e Tamayo (2004), construíram uma escala de valores organizacionais divididos em 8 fatores, os quais são apresentados no Quadro 1.

O presente estudo utilizou-se desta escala, desenvolvida por Oliveira e Tamyo (2004), conforme abordado nos procedimentos metodológicos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Visando atingir o objetivo deste estudo, realizou-se uma pesquisa com abordagem qualitativa e qualitativa. Quanto ao seu objetivo ela é descritiva, já em relação aos seus procedimentos ela se classifica como aplicada, a partir dos procedimentos metodológicos de um estudo de caso e utilizando como ferramenta o questionário, que foi elaborado com base na escala de valores de Oliveira e Tamayo (2004) e aplicado via Google Forms.

A referida pesquisa foi realizada em uma Cooperativa de Crédito, sendo que se levou em consideração os aspectos éticos em pesquisa, com a entrega do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE para todos os respondentes. Além disso, também foi entregue ao diretor responsável o Termo de autorização Institucional para a realização da pesquisa, para a sua devida apreciação e assinatura de autorização do estudo proposto nesta pesquisa.

A coleta dos dados foi realizada via Google forms no intuito de obter o maior número de respondentes possível, visto que eles poderiam responder no horário mais conveniente em sua rotina diária. Deste modo, o questionário foi aplicado entre os meses de setembro e outubro de 2023, obtendo-se 45 respostas. O questionário foi elaborado a partir da escala de valores de Oliveira e Tamayo (2004). Diante disso, contou com os respectivos fatores e seus números de afirmações: Realização (5), Conformidade (7), Domínio (6), Bem-estar do empregado (6), Tradição (5), Prestígio (4), Autonomia (8) e Preocupação com a Coletividade (7).

Foram enviados e-mails com o link do formulário de pesquisa para todos os 120 colaboradores da cooperativa, dentre eles funcionários e gestores de equipe e direção. O número de colaboradores e gestores foi fornecido pela Cooperativa. Diante disso, dos 107 colaboradores, participaram da pesquisa 41 respondentes. Do mesmo modo, dos 13 gestores, a amostra da pesquisa contou com 04 indivíduos. Portanto, a amostra da pesquisa formou-se por 45 respondentes.

Após a aplicação dos questionários, os dados foram analisados com auxílio do software Excel. Primeiramente, identificou-se o perfil sociodemográfico dos colaboradores (gênero, idade, nível educacional, cargo, região e tempo de atuação), por meio de estatísticas descritivas. Em seguida, para a análise dos resultados dos valores organizacionais, foram geradas médias e desvios padrões para cada afirmação, bem como, para cada fator, conforme orientam Hair JR. et al. (2009). Após apresentar as médias e desvios de cada afirmação, realizou-se a transformação de cada grupo de afirmações em um único fator e se procedeu com a apresentação das médias e desvios de cada fator.

A média é uma das medidas de tendência central mais utilizadas, enquanto o desvio padrão destaca a variabilidade dos valores da distribuição da amostra e o grau de dispersão da média, podendo ser o indicador de dispersão mais valioso. Como a escala Likert varia de 1 a 5, qualquer média acima do meio da escala é considerada uma boa avaliação. Portanto, se o desvio padrão for < 1, indica que os respondentes tendem a ter opiniões semelhantes sobre o mesmo tema; se for > 1, indica que há diferenças entre os respondentes (Hair Jr et al., 2009).

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Caracterização dos respondentes

Com relação à caracterização dos participantes, estes foram questionados sobre: gênero, idade, nível educacional, cargo, região e tempo de atuação. Deste modo, a

CC BY NC SA

amostra foi composta por 62,2% (28 indivíduos) de colaboradores e gestores do gênero feminino e 37,8% do gênero masculino (17 indivíduos). A idade dos participantes variou de 18 a 55 anos, tendo 10 participantes entre 16 e 25 anos (22,4%), 8 tinham entre 26 a 30 anos (17,7%), 20 de 31 a 40 anos (44,4 %) e 7 mais de 40 anos (15,5%).

Quanto ao nível educacional, os dados demonstram que 8,9% dos participantes têm ensino médio (4 indivíduos), 33,3% têm graduação (15 indivíduos), 55,6% têm pós-graduação/especialização (25 indivíduos) e 1,2% outros (1 indivíduo). Já quanto ao cargo, 42,2% possuem cargo administrativo (19 indivíduos), 42,2% cargo comercial (19 indivíduos), 8,9% é gestor/diretoria (4 indivíduos) e 6,7% outros (3 indivíduos).

A cooperativa de crédito estudada atua no Rio grande do Sul - RS e no Mato Grosso do Sul - MS. Deste modo, a distribuição dos respondentes nas regiões foram 66,7% atuam no Médio Alto Uruguai/RS (30 indivíduos), 22,2% ao Mato Grosso do Sul - MS (10 indivíduos) e 11,1% a Serra Gaúcha/RS (5 indivíduos). O tempo de atuação na cooperativa variou de 1 semana até 20 anos. Dos colaboradores e gestores 20 participantes estão atuando por até 1 ano na empresa (44,4%), 13 atuam de 1 a 5 anos (29%), 5 atuam de 6 a 10 anos (11,1%) e 7 atuam de 11 a 20 anos (15,5%).

Portanto, a partir da caracterização da amostra, evidenciou-se que, com relação ao gênero na sua maioria são mulheres. Quanto a idade, os respondentes concentram-se entre os que que possuem entre 31 e 40 anos. Quanto a escolaridade o grupo mais numeroso foi dos que possuem pós-graduação/especialização. Já relativo ao cargo, o grupo mais expressivo foi dos que atuam no administrativo ou comercial. A região com maior número de respondentes foi a do Médio Alto Uruguai. Por fim, no tocante ao tempo de atuação na empresa, o maior número de respondentes atua na cooperativa até 1 ano.

4.2 Percepção dos valores

No tocante a percepção dos valores da organização, observou-se inicialmente a compreensão em relação as variáveis mais significativas em cada um dos oito fatores

e finalizou-se com uma visão dos fatores entendidos como mais e menos relevantes para composição dos valores organizacionais.

Deste modo, em relação a Realização (Fator 1), pode-se observar na Tabela 1 que para esta organização, planejar metas é essencial. Visto que os respondentes concordaram com a afirmação com baixa dispersão nas respostas, aspecto este evidenciado pela média das respostas de 4,91 e o desvio-padrão de 0,29. Além disso, em escala decrescente de concordância, para os respondentes, nesta organização é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem (média 4,86), esta organização acha que é importante ser competente (média 4,77), gosta de empregados que mostram suas habilidades (média 4,66), e valoriza a competência (média 4,57). Os respondentes tiveram opiniões semelhantes, pois o desvio-padrão foi < 1.

Os resultados indicam que a percepção de competência, planejamento e desenvolvimento profissional constitui um dos principais valores da cooperativa. Esse resultado encontra-se de acordo com pesquisas que evidenciam que organizações cooperativas que investem na valorização das pessoas e no desenvolvimento de competências tendem a apresentar maior comprometimento organizacional e fortalecimento da cultura institucional (Stecca et al., 2021).

Tabela 1 – Médias e desvios padrões do fator 1 (Realização)

	Afirmações	Média	Desvio-padrão
A1	Para esta organização, planejar metas é essencial	4,91	0,29
A2	Esta organização valoriza a competência	4,57	0,73
A3	Esta organização acha que é importante ser competente	4,77	0,52
A4	Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem	4,86	0,35
A5	Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades	4,66	0,78

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No que se refere aos Aspectos de conformidade (fator 2), conforme evidenciado na Tabela 2, o maior grau de concordância dos respondentes está nas afirmações de

que para esta organização é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho (média 4,89), e que esta organização acredita que a cortesia é importante (média 4,86). Além disso, em escala decrescente de concordância, para os respondentes, esta organização acredita que as regras são importantes (média 4,77), as regras de convivência são consideradas importantes (média 4,77), o respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização (média 4,64), acha importante ter modelos de comportamento definidos (média 4,59), e acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer (média 4,25). Os respondentes apresentaram opiniões convergentes, pois o desvio-padrão foi < 1 para essas afirmações.

Tabela 2 – Médias e desvios padrões do fator 2 (Aspectos de conformidade)

	Afirmações	Média	Desvio-padrão
A1	Esta organização acredita que as regras são importantes	4,77	0,48
A2	Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos	4,59	0,58
A3	O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização	4,64	0,53
A4	Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho	4,89	0,32
A5	Esta organização acredita que a cortesia é importante	4,86	0,41
A6	Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes	4,77	0,52
A7	Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer	4,25	0.84

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Referente ao Domínio (fator 3), conforme exposto na Tabela 3, os colaboradores concordam que esta organização considera a segurança dos negócios muito importante (média 4,79). Além disso, em escala decrescente de concordância, para os respondentes, esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades (média 4,52), acha importante ser competitiva (média 4,45), busca o domínio do mercado (média 4,36), os clientes valorizam os produtos ou serviços da cooperativa? (média 4,09). Os respondentes tiveram opiniões semelhantes, pois para estas afirmações o desvio-padrão foi < 1.

No entanto, no caso das afirmações o prazer, para esta organização, é obter lucros (média 3,32), e é importante para esta organização ser rica (média 3,20), a escala de concordância baixa, indicando por seu valor médio que os colaboradores e gestores não concordam nem discordam. Como para estas afirmações o desvio-padrão foi > 1, os respondentes expressaram opiniões discrepantes.

As menores médias observadas nas afirmações relacionadas à obtenção de lucros e riqueza podem ser compreendidas como características inerentes ao modelo cooperativista. Ao contrário das instituições financeiras tradicionais, as cooperativas de crédito apresentam como objetivo principal a geração de benefícios aos associados e o desenvolvimento econômico e social de suas comunidades, e não a maximização do lucro. Nesse contexto, pesquisas atuais reforçam que essa identidade institucional gera influência na percepção dos colaboradores sobre os objetivos estratégicos da organização (Kraus *et al.*, 2024).

Tabela – 3 Médias e desvios padrões do fator 3 (Domínio)

	Afirmações	Média	Desvio-padrão
A1	Esta organização busca o domínio do mercado	4,36	0,89
A2	Esta organização acha importante ser competitiva	4,45	0,76
A3	Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades	4,52	0,73
A4	Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante	4,79	0,63
A5	O prazer, para esta organização, é obter lucros	3,32	1,05
A6	Os clientes valorizam os produtos ou serviços da cooperativa?	4,09	0,96
A7	É importante para esta organização ser rica	3,20	1,09

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Com relação ao Bem-estar do empregado (fator 4), conforme se observa na Tabela 4, os colaboradores e gestores concordam parcialmente, em um grau decrescente, com as seguintes afirmações: esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados (média 4,43); é muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados (média 4,43); e esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado (média 4,02). Como para estas afirmações o desvio-padrão foi < 1, os respondentes manifestaram opiniões semelhantes.

Tabela 4 – Médias e desvios padrões do fator 4 (Bem-estar do Empregado)

	Afirmações	Média	Desvio padrão
A1	Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados	4,43	0,90
A2	Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados	4,22	1,01
A3	Nesta organização, os empregados são premiados	4,22	1,01
A4	Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados	3,22	1,08
A5	Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado	4,02	0,93
A6	É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados	4,43	0,90

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Ainda, pode-se observar que, com base na média das respostas, os respondentes concordam parcialmente com as afirmações de que: esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados (média 4,22) e de que nesta organização, os empregados são premiados (média 4,22). Bem como, não concordam e nem discordam da afirmação de que para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados (média 3,22). No entanto, os respondentes emitiram opiniões discrepantes, pois para estas afirmações o desvio-padrão foi > 1.

Acerca da Tradição (fator 5), que tem seus aspectos evidenciados na Tabela 5, verifica-se que os respondentes concordam que o comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes (média 4,43). Bem como, em escala decrescente de concordância, para os colaboradores e gestores, a tradição é uma marca desta organização (média 4,36), ela procura manter práticas consagradas (média 4,29) e preserva os costumes antigos (média 4,20). Como para estas afirmações o desvio-padrão foi < 1, os respondentes manifestaram opiniões semelhantes.

Também se observa, com base na média das respostas, uma discordância parcial em relação a afirmação de que esta organização evita mudanças (média 2,45). No entanto, os respondentes exprimiram opiniões discrepantes (desvio-padrão > 1).

Tabela 5 – Médias e desvios padrões do fator 5 (Tradição)

	Afirmações	Média	Desvio-padrão
A1	Esta organização procura manter práticas consagradas	4,29	0,73
A2	Esta organização preserva os costumes antigos	4,20	0,82
A3	Esta organização evita mudanças	2,45	1,21
A4	O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes	4,43	0,70
A5	A tradição é uma marca desta organização	4,36	0,78

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

A respeito de Prestígio (fator 6), conforme evidenciado na Tabela 6, os respondentes concordam em uma escala decrescente nas afirmações de que esta organização tem prestígio na sociedade (média 4,75), tem influência na sociedade (média 4,75), tem prestígio (média 4,70) e influencia outras organizações (média 4,43). Como para estas afirmações o desvio-padrão foi < 1, os respondentes manifestaram opiniões semelhantes.

Tabela 6 – Médias e desvios padrões do fator 6 (Prestígio)

	Afirmações	Média	Desvio-padrão
A1	Esta organização tem prestígio na sociedade	4,75	0,49
A2	Esta organização tem influência na sociedade	4,75	0,49
A3	Esta organização influencia outras organizações	4,43	0,70
A4	Esta organização tem prestígio	4,70	0,51

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

No que se refere a Autonomia (fator 7), conforme evidenciado na Tabela 7, os respondentes concordam, em escala decrescente, com as seguintes afirmações referentes a organização: ela incentiva o sucesso profissional dos empregados (média 4,54), ela estimula o empregado a enfrentar desafios (média 4,54), para ela é importante ser criativa (média 4,48), ela procura aperfeiçoar-se constantemente (média 4,41), ela incentiva o empregado a ser criativo (média 4,32), ela valoriza empregados curiosos (média 4,09). Os respondentes expressaram opiniões semelhantes, pois o desvio-padrão foi < 1.

Tabela 7 – Médias e desvios padrões do fator 7 (Autonomia)

	Afirmações	Média	Desvio padrão
A1	Para esta organização, é importante ser criativa	4,48	0,95
A2	Esta organização valoriza empregados curiosos	4,09	0,96
A3	Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados	4,54	0,85
A4	Esta organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho	3,70	1,13
A5	Esta organização procura aperfeiçoar-se constantemente	4,41	0,92
A6	Esta organização estimula o empregado a enfrentar desafios	4,54	0,70
A7	Esta organização incentiva o empregado a ser criativo	4,32	0,93

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Além disso, com base na média das respostas, os respondentes concordam parcialmente ou não concordam nem discordam da afirmação de que esta organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho (média 3,70). Como para esta afirmação o desvio-padrão foi > 1, os respondentes tiveram opiniões discrepantes.

Tabela 8 – Médias e desvios padrões do fator 8 (Preocupação com a coletividade)

	Afirmações	Média	Desvio padrão
A1	Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade	4,52	0,95w
A2	Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa	4,70	0,79
A3	Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação	4,88	0,39
A4	Esta organização considera a lealdade importante	4,86	0,41
A5	Esta organização acredita no valor da honestidade	4,75	0,53
A6	Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes	4,88	0,39
A7	A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização	4,48	0,82

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Relativo a Preocupação com a coletividade (fator 8), expostos na Tabela 8, os participantes da pesquisa, concordam com as afirmações, em uma escala decrescente, de que esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação (média 4,88), acha importante ser fiel a seus empregados e clientes (média 4,88), considera a lealdade importante (média 4,86), acredita no valor da honestidade (média 4,75), é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa (média 4,70), todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade (média 4,52), e que a sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização (média 4,48). Para estas afirmações os respondentes tiveram opiniões semelhantes, pois o desvio-padrão foi < 1.

Com base nos resultados evidenciados, finalizam-se as análises com os dados das respostas concentrados por fatores, conforme evidenciado na Tabela 9, permitindo tecer ponderações sobre cada um dos oito fatores.

Primeiramente, destaca-se a maior escala de concordância, por parte dos respondentes, em relação ao fator 1 (“realização” com média 4,75) e ao fator 8 (“preocupação com a coletividade” com média 4,72). Como para estes fatores o desvio-padrão foi < 1, os respondentes manifestaram opiniões semelhantes.

Deste modo, indicando respectivamente a prática de valores associados a realização, cuja meta central é o sucesso, através da demonstração de competência da organização e de seus empregados. Bem como, a aplicação de valores de preocupação com a coletividade, que orientam o relacionamento cotidiano com indivíduos próximos e com a comunidade (Oliveira; Tamayo, 2004). Esses resultados evidenciam que os colaboradores reconhecem a valorização do desempenho, das competências profissionais e das relações pautadas na ética, cooperação e responsabilidade social, aspectos que representam pilares da cultura organizacional em cooperativas de crédito (Oliveira; Tamayo, 2004; Stecca *et al.*, 2021; Cunha *et al.*, 2024).

Bem como, o fato do fator com a maior média ser o da “realização”, revela que a cooperativa valoriza competências, conhecimento do trabalho e habilidades. Além disso, o desempenho competente é necessário tanto para a sobrevivência da organização

e quanto para a permanência do empregado (Oliveira; Tamayo, 2004). Embora Oliveira e Tamayo (2004) associem esse fator ao sucesso organizacional por meio da competência dos colaboradores, estudos mais recentes evidenciam que organizações cooperativas que investem continuamente no desenvolvimento de pessoas fortalecem o comprometimento organizacional, a aprendizagem coletiva e a capacidade de adaptação às mudanças do ambiente competitivo (Stecca *et al.*, 2021; Bento *et al.*, 2022).

Similarmente, os gestores e colaboradores participantes da pesquisa também expressam sua anuência em relação a prática de outros dois fatores, porém em uma escala menor de concordância. Os referidos fatores são fator 2 (“conformidade” com média 4,68) e fator 6 (“prestígio” média 4,65). Assim, indicando respectivamente a observância por parte da organização de valores que se refere a determinação de limites das ações organizacionais e comportamentos de seus membros. Bem como, a prática de valores relativos ao poder, como a busca, pela organização, por prestígio, admiração e respeito da sociedade em relação a qualidade dos produtos ofertados (Oliveira; Tamayo, 2004). Esse achado converge com pesquisas recentes que apontam a governança, a conformidade regulatória e a reputação organizacional como elementos estratégicos para a competitividade e legitimidade das cooperativas de crédito brasileiras (Cunha *et al.*, 2024; Kraus *et al.*, 2024).

Outrossim, cabe ainda estacar os fatores com as menores escalas de concordância, que apesar de menores, ainda revelam uma concordância parcial por parte dos respondentes. Portanto, em ordem decrescente de concordância, os fatores com menores pontuações foram: fator 7 (“Autonomia” com média 4,29), fator 3 (“domínio” com média 4,11), fator 4 (“bem-estar do empregado” com média 4,09), e fator 5 (“tradição” com média 3,95). No entanto, salienta-se que somente para o fator 7 o desvio-padrão foi < 1, indicando que os respondentes tiveram opiniões semelhantes referentes a este fator. Já para os fatores 3, 4 e 5, como o desvio-padrão foi > 1, entende-se que os respondentes expressaram opiniões discrepantes no tocante a estes fatores.

Neste sentido, observou-se em relação a autonomia (fator 7) que a organização parcialmente reúne valores referentes à busca de aperfeiçoamento constante do empregado e da organização e engloba a abertura para os desafios (Oliveira; Tamayo, 2004). Compreende-se pertinente retomar a afirmação que compõe este fator, que gerou respostas mais controversas e uma escala de concordância baixa, de que organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho (média 3,70 e desvio padrão >1).

Bem como, constatou-se no tocante ao domínio (fator 3), a organização apresenta parcialmente, de forma discutível, valores relativos ao Poder, cuja meta central é a obtenção de status, controle sobre pessoas e recursos, bem como à busca de uma posição dominante no mercado (Oliveira; Tamayo, 2004). Para este fator, dentre as afirmações que o compõe, as que geraram respostas mais controversas e uma escala de concordância baixa, foram o prazer, para esta organização, é obter lucros (média 3,32 e desvio padrão >1), e é importante para esta organização ser rica (média 3,20 e desvio padrão >1). Estudos ressaltam que a criação de valor coletivo, a sustentabilidade e o atendimento aos interesses dos cooperados constituem elementos centrais da identidade cooperativista (Kraus *et al.*, 2024; Cunha *et al.*, 2024).

Assim como, verificou-se que com respeito as fator bem-estar do empregado (fator 4) a organização apresenta parcialmente, de forma controversa, seus valores de preocupação em propiciar satisfação ao empregado, atentando para a qualidade de vida no trabalho (Oliveira; Tamayo, 2004). Para este fator, dentre as afirmações que o compõe, as que geraram respostas mais controversas e uma escala de concordância baixa, foram: esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados (média 4,22 e desvio padrão >1) e de que nesta organização, os empregados são premiados (média 4,22 e desvio padrão >1). Bem como, não concordam e nem discordam da afirmação de que para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados (média 3,22 e desvio padrão >1).

Por fim, compreendeu-se acerca do fator tradição (fator 5) que esta organização apresenta parcialmente, de forma controversa, valores relativos à preservação e ao

CC BY NC SA

respeito aos costumes e práticas consagradas pela organização que prefere manter sua forma de funcionamento (Oliveira; Tamayo, 2004). Para este fator, dentre as afirmações que o compõe, a que gerou respostas mais controversas e uma escala de concordância baixa, foi esta organização evita mudanças (média 2,45 e desvio padrão >1).

Tabela 9 – Médias e desvios padrões dos fatores

Fator	Média	Desvio-padrão
1: "Realização"	4,75	0,58
2: "Conformidade"	4,68	0,58
3: "Domínio"	4,11	1,05
4: "Bem-estar do Empregado"	4,09	1,04
5: "Tradição"	3,95	1,14
6: "Prestígio"	4,65	0,56
7: "Autonomia"	4,29	0,96
8: "Preocupação com a Coletividade"	4,72	0,66

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Dentre os valores organizacionais da cooperativa de crédito estudada, interpreta-se que ela cumpre com os fatores de realização, preocupação coma coletividade, conformidade e prestígio. No entanto, os fatores autonomia, domínio, bem-estar do empregado e tradição demandam um olhar mais atento da organização para entender se de fato estes valores não estão alinhados aos seus objetivos ou se precisam ser desenvolvidos e/ou revisados.

De modo particular, chama-se a atenção para os valores associados ao bem-estar do empregado que podem ser objeto de maior concentração por parte da organização, nem tanto pela baixa escala de concordância, mas principalmente pela discrepância nas respostas obtidas, indicando percepções controversas por parte dos colaborados referente ao seu bem-estar. Esse resultado merece atenção da gestão, uma vez que estudos apontam que diferenças na percepção sobre práticas de gestão de pessoas podem influenciar o engajamento, a satisfação no trabalho e o comprometimento organizacional, impactando no desempenho (Bento *et al.*, 2022).

Por outro lado, em relação aos valores de domínio proposto no instrumento de coleta, verificam-se valores que se opõem a lógica cooperativista como observado

nas afirmações de que prazer para esta organização, é obter lucros, e de que é importante para esta organização ser rica. Deste modo, é esperado que estes valores não estivessem alinhados a prática da organização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresentou como objetivo analisar os valores organizacionais aplicados por uma cooperativa de crédito na percepção da equipe de colaboradores e gestores. A pesquisa foi realizada através de questionário com os 4 gestores e 41 colaboradores. Com intuito de descrever as percepções sobre os itens da escala de valores organizacionais (IPVO) realizou o estudo das médias e desvios-padrões das variáveis e dos fatores da pesquisa.

Os resultados obtidos auxiliaram na compreensão de como os colaboradores percebem os valores organizacionais aplicados pela cooperativa de crédito. A partir dos resultados, percebeu-se que o fator com a maior média, ou seja, com a melhor avaliação foi o fator “realização”, revelando que: a cooperativa valoriza competências, conhecimento do trabalho e habilidades. Além disso, a menor avaliação foi encontrada no fator “tradição”, revelando que a cooperativa busca manter-se atualizada.

Assim como, constatou-se que os valores organizacionais da cooperativa de crédito estudada, estão associados aos fatores de realização, preocupação coma coletividade, conformidade e prestígio. No entanto, em relação aos fatores autonomia, domínio, bem-estar do empregado e tradição detectou-se a necessidade de um olhar mais atento da organização para compreender se de fato estes valores estão desalinhados de seus objetivos ou se precisam ser desenvolvidos e/ou revisados.

Destaca-se como principal limitação da pesquisa o número de respondentes, visto que apenas 45 dos 120 e-mails foram respondidos. Mesmo assim, acredita-se que a pesquisa contribui com a compreensão dos valores da cooperativa a partir da visão de seus colaboradores e gestores. Bem como, é uma ferramenta que permite

auxiliar outras cooperativas que almejam direcionar um olhar para seus valores organizacionais. Sugere-se que em estudos futuros sejam analisados os valores organizacionais a luz dos princípios do cooperativismo.

REFERÊNCIAS

BCB – Banco Central do Brasil. Sistema Financeiro Nacional (SFN). 2024. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/sfn. Acesso em: 25 jun. 2024.

BENTO, M. H. S. et al. Clima organizacional em cooperativas de crédito: validação de versão reduzida. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, v. 9, n. 17, 2022.

BERGAMINI, C. W. Motivação nas organizações. Editora GEN. São Paulo. 2018.

BRASIL. Lei n. 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Brasília, 16 de dezembro de 1971. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm. Acesso em: 27 jun. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

CUNHA, P. R. et al. Percepção dos agentes de governança de cooperativas de crédito sobre mecanismos de governança, princípios e valores do cooperativismo e sustentabilidade. Sociedade, Contabilidade e Gestão, v. 19, n. 1, 2024.

FARDINI, Giulianna. Fundamentos do cooperativismo. SESSCOOP, Brasília-DF, 2017.

FERREIRA, M. C.; ASSMAR, E.M.L. Cultura organizacional. In: SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008. Cap. 7, p. 127-140.

HAIR JR. J. F.; et al. Análise multivariada de dados. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KRAUS, C. B. et al. Influência dos princípios e valores do cooperativismo na relação entre governança corporativa e tripé da sustentabilidade. RACEF, v. 15, n. 2, 2024.

MARQUES, Fernanda. Gestão de pessoas: fundamentos e tendências. Escola Nacional de Administração Pública - ENAP, Brasília-DF, 2015.

MIYAZAKI, Fernando R.; VIDEIRA, Denise P. Pesquisas multinível em comportamento organizacional: uma revisão da literatura internacional. **Revista de Administração Unimep**, v. 18, n. 3, 2020.

MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. G. de. Teoria Geral da Administração. 4. ed. Editora Cengage: São Paulo, 2021.

OCB. História do cooperativismo. Disponível em: https://www.ocb.org.br/historia-do cooperativismo. Acesso em: 12 jun. 2021.

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

PIRES, J. C. S.; MACÊDO, K. B. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. Rev. Adm. Pública. Rio de Janeiro, v. 40 n.1, Jan./Feb. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122006000100005. Acesso em: 10 maio 2023.

REISDORFER, V. R. Introdução ao cooperativismo. Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil, Santa Maria, 2014.

ROBBINS, S. P. Comportamento organizacional. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SAGIV, L. et al. Personal values in human life. Nature Human Behaviour, v. 1, n. 9, p. 630–639, 2017.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural values and some implications for work. Applied Psychology, v. 48, n. 1, p. 23-47, 1999.

SCHWARTZ, S. H.; ROS, M. Values in the west: a theoretical and empirical challenge on the individualism-collectivism cultural dimension. World Psychology, v.1, n.2, p.91-122, 1995.

SILVA, F. D.; SILVA, E. R.; BERGAMINI, G. B. O clima organizacional como fator para o desempenho profissional. **Revista da Faculdade de Educação e Meio Ambiente -FAEMA**, Ariquemes, v. 8, n. 2, p. 745-749, jul-dez. 2018.

SOMOSCOOP. História do cooperativismo. Disponível em: https://www.ocb.org.br/historia-do cooperativismo. Acesso em: 27 jun. 2024.

STECCA, J. P. et al. A gestão das pessoas nas cooperativas. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, v. 8, n. 6, 2021.

TAMAYO, A. Contribuições ao Estudo dos Valores Pessoais, Laborais e Organizacionais, Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 23, p. 017-024, 2007.

TAMAYO, A. Valores organizacionais e comprometimento afetivo. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 6, n. 3, p. 192-213, 2008.

TAMAYO, A.; GONDIM, M. G. C. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo** (RAUSP), São Paulo, v.31, n.2, p.62-72, abr./jun. 1996.

TAMAYO, A.; MENDES, A. M.; PAZ, M. G. T. Inventário de valores organizacionais. Estudos de Psicologia, Natal, v.5, n.2, p.289-315, 2000.

Contribuição de Autoria

1 – Denise Espich

Doutora em Administração - Professora EBTT no IFFar/FW
https://orcid.org/0-3658 - denise.espich@iffarroupilha.edu.br
Contribuição: Conceituação, Escrita – primeira redação, Escrita – revisão e edição, Investigação, Curadoria de dados, Análise Formal, Visualização

2 – José Eduardo Gubert

Mestre em Administração
https://orcid.org/63 - jose.gubert@iffarroupilha.edu.br
Contribuição: Conceituação, Metodologia, Escrita – revisão e edição

3 – Camila Inês Faccin

Bacharel em Administração
https://orcid.org/63 - milafaccin060100@gmail.com
Contribuição: Conceituação, Metodologia, Escrita – revisão e edição

4 – Ana Cláudia Rosa

Doutora em Administração
https://orcid.org/63 - ana.claudiadarosaa@gmail.com
Contribuição: Conceituação, Metodologia, Escrita – revisão e edição

Conflito de Interesses

Os autores declararam não haver conflito de interesses.

Direitos autorais

Os autores dos artigos publicados pela RGC mantêm os direitos autorais de seus trabalhos.

Verificação de Plágio

A RGC mantém a prática de submeter todos os documentos aprovados para publicação à verificação de plágio, utilizando ferramentas específicas, como por exemplo: Turnitin.

Editores de seção

Kleber Destefani Ferretti.

Editora Chefe

Marcia Helena dos Santos Bento.

Como citar este artigo

ESPICH, D.; GUBERT, J. E.; FACCIN, C. I.; ROSA, A. C. VALORES Organizacionais: Qual a percepção de gestores e colaboradores de uma cooperativa de crédito? **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, Santa Maria, v. 13, n. 25 e90833, 2026. DOI 10.5902/2359043290833. Disponível em: https://doi.org/10.5902/2359043290833.