



A relação entre os elementos da cocriação/DART e a certificação Fair Trade no contexto cooperativista

Bárbara Ádria Oliveira Farias Fernandes^a, Cyntia Meireles Martins^b, José Luiz Nunes Fernandes^c, Rosângela Sarmento Silva^d e Sérgio Castro Gomes^e

Resumo: A proposta dessa pesquisa foi analisar empiricamente se os elementos da cocriação de valor: Diálogo, Acesso, Risco e Transparência-DART, se relacionam com a certificação Fair Trade e quais os benefícios gerados dessa relação. O estudo foi desenvolvido a partir da perspectiva de atuação de 151 cooperados extrativistas. Objeto de estudo foi analisar a Cooperativa Agroextrativista Veneza do Marajó, que é certificada Fair Trade desde 2014. Para atender ao objetivo

-
- a Doutora em Administração. Professora na UNOPAR – Universidade Norte do Paraná. E-mail: barbaraadria@yahoo.com.br.
 - b Doutorado em Ciências Agrárias. Professora na UFRA – Universidade Federal Rural da Amazônia. E-mail: cyntiamei@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5695-8504>.
 - c Doutor em Desenvolvimento Econômico, Regional e Agrário. Professor na UFPA – Universidade Federal do Pará. E-mail: jluz@ufpa.br.
 - d Doutorado em Administração. Professora na UFS – Universidade Federal de Sergipe. E-mail: rosangelasarmento13@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3044-9699>.
 - e Doutorado em Economia Aplicada. Professor na UNAMA – Universidade da Amazônia. E-mail: sergio.gomes@unama.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1731-8766>.

proposto empregou-se observação de campo e utilização de survey. Os dados quantitativos foram analisados por meio de técnicas de estatística descritiva e fatorial confirmatória. Os resultados demonstraram que o DART se faz presente na cooperativa estudada, sendo o Risco a variável de maior representatividade. Esse resultado pode ter ampla relação com o fato de o produto açaí ser proveniente do extrativismo não madeireiro, por isso, fortemente dependente das condições naturais de solo e clima favoráveis para seu desenvolvimento. A conquista do selo Fair Trade tornou-se uma alternativa para os extrativistas aumentarem a visibilidade do produto frente ao mercado e também uma oportunidade de negócio atrativo, visto que existe um mercado disposto a pagar um preço prêmio por um produto orgânico diferenciado e cultivado sob o manejo florestal sustentável da agrobiodiversidade.

Palavras-chave: Cocriação de valor. DART. Cooperativa Agroextrativista Veneza do Marajó. Agrobiodiversidade.

The relationship between co-creation/DART elements and Fair Trade certification in the cooperative context

Bárbara Ádria Oliveira Farias Fernandes^a, Cyntia Meireles Martins^b, José Luiz Nunes Fernandes^c, Rosângela Sarmento Silva^d & Sérgio Castro Gomes^e

Abstract: The purpose of this research was to empirically analyze whether the elements of value co-creation: Dialogue, Access, Risk and Transparency-DART, are related to Fair Trade certification and what benefits are generated from this relationship. The study was developed from the perspective of the performance of 151 extractive cooperative members. The object of study was the Cooperativa Agroextrativista Veneza do Marajó, which has been Fair Trade certified since 2014. To meet the proposed objective, field observation and survey were used. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and confirmatory factorial techniques. The results showed that DART is present in the studied cooperative, with Risk being the most representative variable. This result may be

a PhD in Administration. Professor at UNOPAR – University of North Paraná. E-mail: barbaraadria@yahoo.com.br.

b PhD in Agricultural Sciences. Professor at UFRA – Federal Rural University of the Amazon. Email: cyntiamei@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5695-8504>.

c PhD in Economic, Regional and Agrarian Development. Professor at UFPA – Federal University of Pará. E-mail: jl Luiz@ufpa.br.

d PhD in Administration. Professor at UFS – Federal University of Sergipe. Email: rosangelasarmento13@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3044-9699>.

e PhD in Applied Economics. Professor at UNAMA – University of the Amazon. E-mail: sergio.gomes@unama.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1731-8766>.

largely related to the fact that the açai product comes from non-timber extraction, therefore, it is strongly dependent on the natural conditions of soil and favorable climate for its development. The achievement of the Fair Trade seal has become an alternative for extractives to increase the visibility of the product in the market and also an attractive business opportunity, since there is a market willing to pay a premium price for a differentiated organic product cultivated under the sustainable forest management of agrobiodiversity.

Keywords: Value co-creation. DART. Venice do Marajó Agroextractive Cooperative. Agrobiodiversity.

La relación entre los elementos de la co-creación/DART y la certificación de Comercio Justo en el contexto cooperativo

Bárbara Ádria Oliveira Farias Fernandes^a, Cyntia Meireles Martins^b, José Luiz Nunes Fernandes^c, Rosângela Sarmento Silva^d y Sérgio Castro Gomes^e

Resumen: El propósito de esta investigación fue analizar empíricamente si los elementos de co-creación de valor: Diálogo, Acceso, Riesgo y Transparencia-DART, tienen relación con la certificación de Comercio Justo y qué beneficios se generan a partir de esta relación. El estudio se desarrolló desde la perspectiva de las actividades de 151 miembros extractivistas. El objeto de estudio fue la Cooperativa Agroextratividade Veneza do Marajó, que cuenta con la certificación de Comercio Justo desde 2014. Para cumplir con el objetivo propuesto, se utilizó la observación de campo y el uso de una encuesta. Los datos cuantitativos se analizaron mediante estadística descriptiva y técnicas factoriales confirmatorias. Los resultados

a Doctorado en Administración. Profesor de la UNOPAR – Universidad del Norte de Paraná. E-mail: barbaraadria@yahoo.com.br.

b Doctorado en Ciencias Agrarias. Profesor de la UFRA – Universidad Federal Rural de la Amazonia. E-mail: cyntiamei@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5695-8504>.

c Doctorado en Desarrollo Económico, Regional y Agrario. Profesor de la UFPA – Universidad Federal de Pará. E-mail: jluiz@ufpa.br.

d Doctorado en Administración. Profesor de la UFS – Universidad Federal de Sergipe. E-mail: rosangelasarmento13@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3044-9699>.

e Doctorado en Economía Aplicada. Profesor de la UNAMA – Universidad de la Amazonia. E-mail: sergio.gomes@unama.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1731-8766>.

mostraron que el DART está presente en la cooperativa estudiada, siendo el Riesgo la variable más representativa. Este resultado puede estar en gran parte relacionado con el hecho de que el producto del açaí proviene de una extracción no maderable y, por lo tanto, depende fuertemente de las condiciones naturales de suelo y clima favorables para su desarrollo. Ganar el sello de Comercio Justo se ha convertido en una alternativa para que los extractivistas aumenten la visibilidad del producto en el mercado y también en una atractiva oportunidad de negocio, ya que existe un mercado dispuesto a pagar un precio premium por un producto orgánico diferenciado cultivado bajo el manejo forestal sustentable. de la agrobiodiversidad.

Palabras clave: Co-creación de valor. DART. Cooperativa Agroextractivista Veneza do Marajó. Agrobiodiversidad.

1. Introdução

Quando se busca na literatura assuntos sobre agricultura familiar, pequena produção e assentamentos rurais, normalmente tem-se como resultado abordagens relacionadas ao desmatamento, desigualdades sociais e conflitos agrários (STELZER, 2021). No entanto, estudos que evidenciam ações que trazem benefícios à comunidade e possam servir de referência para o desenvolvimento sustentável nessas áreas e em outras, bem como uma política de estímulo a melhores condições financeiras para pequenos produtores, ainda são escassos e conferem oportunidade de pesquisas (STELZER, 2021).

No Pará, uma parte significativa da economia regional gira em torno do extrativismo do açaí realizado por pequenos agricultores e suas indústrias associadas (PEPPER; ALVES, 2015). O estado se destaca como o maior exportador nacional do fruto e detém 90% da produção mundial, sendo mais de 100 agroindústrias beneficiando o fruto e exportando para os mercados interno e externo (ADEPARÁ, 2017).

Embora incontestáveis sejam as oportunidades econômicas apresentadas pelo crescimento do mercado do açaí, tanto interna quanto externamente, velhos conflitos continuam desafiando a resistência dos extrativistas, que incluem desde problemas ambientais, resultado da intensificação do uso da terra, concorrência com outras atividades produtivas e derrubada da planta para retirada e comercialização do palmito, distância dos canais de comercialização, baixa remuneração (PEPPER; ALVES, 2015).

A Região Norte está, praticamente, toda inserida no bioma Amazônia e apresenta uma infraestrutura insuficiente, o que condiciona e limita a exploração e escoamento da produção, e o baixo valor agregado aos produtos da floresta (LOBÃO; STADUTO, 2020). Como alternativa para solucionar tais dificuldades, os produtores se organizam em cooperativas e

buscam adicionar valor ao produto por meio da certificação, como no caso deste estudo. Certificar o produto pode ser uma alternativa de inclusão social de pequenos agricultores e agregação de valor, elevando o padrão de vida dos extrativistas por meio de melhores remunerações com a venda do fruto certificado.

É necessário desmistificar a crença de que o agricultor busca, basicamente, a subsistência e, além disso, quebrar as barreiras que impactam sua transformação em empreendedor rural. Agricultores devem estar atentos ao modo como tomam suas decisões e devem identificar estratégias para organizar seu processo produtivo, com o intuito de agregar valor a seus produtos e maximizar a inserção nos mercados (SEBRAE, 2012).

No Brasil existe uma quantidade expressiva de empreendimentos de comércio justo, que geram mais de dois milhões de postos de trabalho e um faturamento anual de oito bilhões de reais (BARBOSA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2014).

Devido ao seu impacto positivo, o selo de Comércio Justo ou *Fair Trade* evolui ano a ano e ganhando mercados importantes como o Reino Unido, Estados Unidos, Alemanha, França e Suíça. Até 2019, a certificação *Fair Trade* acumulou um salto de 330% em uma década, registrando mais de 143 mil produtores e trabalhadores com produções reconhecidas pela prática de Comércio Justo (SEBRAE, 2012).

O Brasil está se consolidando como um grande produtor e exportador de alimentos orgânicos, com mais de 15 mil propriedades certificadas e em processo de transição – 75% pertencentes a agricultores familiares (SEBRAE, 2012). Para o órgão, a expectativa é que o mercado continue apresentando grande potencial de crescimento, com taxas de 20% a 25% ao ano.

Ademais, a procura por produtos orgânicos vem crescendo em escala global. De 2000 a 2017, a área agricultável destinada a

cultivos orgânicos aumentou 365%, quase 10% ao ano (a.a.); a área manejada sob esse modelo de produção passou de 15 milhões de hectares de terras para 69,8 milhões de hectares nesse período (LIMA et al., 2020).

Nota-se que para o sucesso da implantação de um sistema de certificação *Fair Trade* há necessidade de se adequar aos seus requisitos, os quais podem estar relacionados a mudanças de ordem comportamental e pessoal. Assim, o mercado *Fair Trade* compreende uma parceria comercial relacionada a constante diálogo na transação e na busca de uma maior igualdade no comércio, sendo a conquista do selo fortemente ligada ao engajamento coletivo.

Diante desse contexto, esta pesquisa direciona-se ao tema cocriação de valor, mais especificamente ao seu pilar de sustentação denominado DART (Diálogo, Acesso, Risco e Transparência). Justifica-se a pesquisa pela falta de estudo sobre cocriação de valor voltado ao agronegócio, nomeadamente as pequenas cooperativas de base familiar. Outro fator considerado relevante são as próprias características do segmento da economia do açaí, cuja pujança econômica para o estado do Pará é indispensável; pontua-se também a ajuda que o modelo de negócio pautado na certificação pode proporcionar para o empoderamento dos pequenos extrativistas.

O modelo DART foi desenvolvido por Prahalad e Ramaswamy (2004), construído sob os preceitos de rede que, na visão dos autores, é identificado por meio da interação de atores interligados, ativos e revestidos de capacidade, cujo propósito é criar valor pautado na interatividade e no estreitamento dos laços relacionais. Assim, escolheu-se como lócus para esta investigação científica a cadeia produtiva do açaí *Fair Trade*, liderada pela Cooperativa Agroextrativista Veneza do Marajó – COPAVEM.

Classificada pela Organização das Cooperativas do Brasil no estado do Pará (2018) como cooperativa que atua no setor

agropecuário, dentre as 49 cooperativas desse setor no estado é a única cooperativa de certificação *Fair Trade*. Isso posto, os agricultores familiares de São Sebastião da Boa Vista se organizaram de forma cooperativa com intuito de beneficiar a produção e agregar valor ao açaí por meio do selo *Fair Trade*.

Assim, nesta pesquisa busca-se responder à questão: quais os elementos da cocriação de valor Diálogo, Acesso, Risco e Transparência – DART se relacionam com a certificação *Fair Trade*? E ainda, quais os benefícios gerados dessa relação?

2. Referencial teórico

2.1 Cocriação de valor e o modelo DART

A cocriação de valor é uma teoria desenvolvida por Prahalad e Ramaswamy (2004) e se apresenta como uma proposição eficiente para o modo de se competir e criar valor. Vale destacar que o princípio desse conceito é alcançar um resultado superior por meio do fortalecimento dos laços relacionais, e as cooperativas apresentam um ambiente propício para essa prática, devido ao alto grau de envolvimento com seus cooperados.

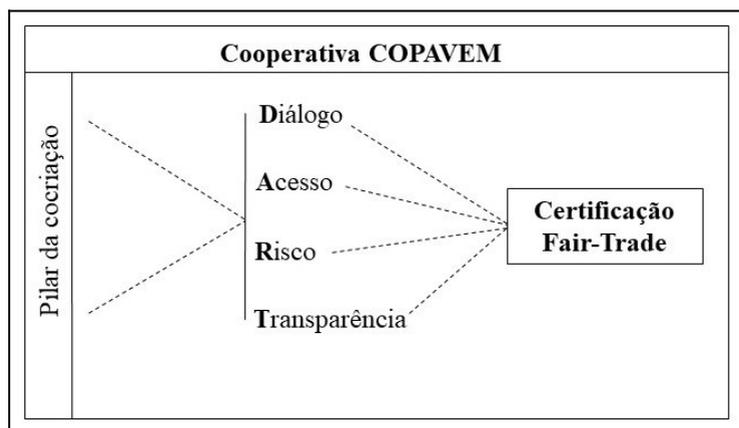
Caracterizada como sociedade de pessoas e não de capital, as cooperativas têm na união de indivíduo a adesão voluntária e livre (BEGNIS et al., 2014). Para os autores, um ponto de diferenciação entre as cooperativas e as demais empresas de capital privado é que as cooperativas são administradas pelos seus associados, que são os donos do negócio, sobre essa dialógica, as cooperativas são vistas como organizações permanentes, cujo principal objetivo é a realização de atividades econômicas necessárias ao progresso econômico e ao bem-estar dos associados (BEGNIS, et al., 2014) Isso posto, cabe às cooperativas prover meios para que os cooperados possam incorporar de forma eficiente sua função de cocriador (ANDERSON et al., 2007; FERRAZ; REZENDE, 2019).

Sendo a cocriação facilitada pelo estreitamento dos laços

entre atores, é necessário que seus membros construam confiança mútua por meio do trabalho conjunto, permitindo a troca de informação de forma transparente para que se gere benefício coletivo (FERRAZ; REZENDE, 2019). No contexto cooperativista, em que se busca uma criação de valor sustentável, a cocriação tem ganhado destaque e aparece como uma escolha estratégica, pois decorre de ações que ampliam e sustentam a vantagem competitiva da organização nos mercados que ela escolhe atender (FERRAZ; REZENDE, 2019).

Portanto, a cocriação fortalece as relações sociais e possibilita o desenvolvimento de modelos que buscam oportunidades de negócios duradouros. O chamado modelo DART, apresentado por Prahalad e Ramaswamy (2004), relaciona quatro pilares para que as ações voltadas à cocriação de valor sejam efetivas, são eles: Diálogo, Acesso, Risco e Transparência, conforme Figura 1.

Figura 1 – Pilar da Cocriação de Valor



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Prahalad e Ramaswamy (2004).

Na visão de Prahalad e Ramaswamy (2004), a cocriação

pode ser implementada em todo e qualquer tipo de organização, principalmente naquelas que apresentam alta interação, como é o caso das cooperativas. Nesse ambiente, onde os cooperados são os proprietários do negócio, a exigência por informações é maior, por tal motivo o fluxo de informação e a interação entre cooperativa e cooperados precisa ser mais intenso. Isso posto, será abordado cada um dos elementos que compõem a cocriação de valor – DART (Diálogo, Acesso, Risco e Transparência).

Diálogo é um elemento tratado como sinônimo de interatividade, ações e relações recíprocas entre as partes, e que culmina em alinhamento e ação coletiva, tendo como consequência a propensão para agir (GRILLO, 2014). Os atores envolvidos nesse processo, principalmente os cooperados, são percebidos como fonte de competência, que permite a construção de ambientes colaborativos. Ballantyne e Varey (2006) salientam que o diálogo entre empresas e clientes, ou entre cooperativa e produtores, possibilita a cocriação de valor, já que essa interação promove a compreensão dos diferentes pontos de vista entre as partes. Portanto, depende da existência de uma comunicação bidirecional, baseada em canais que permitam não apenas a transmissão de informações, mas um debate e uma troca de conhecimentos e experiências (VERCHOORE; BALESTRIN, 2008). Assim, a comunicação da cooperativa com seus associados deve permitir uma interação contínua, a fim de assegurar as condições para que a cocriação de valor aconteça.

Acesso representa disponibilidade e alcance de conhecimento e informações nas interações entre os atores que atuam em rede (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004; ANDREU et al., 2010). Segundo Donato (2017), o acesso está relacionado à compreensão dos riscos e benefícios para tomadas de decisões. Trata-se de uma abordagem de informação livre de erros, relevante, transparente e oportuna (ENKEL et al., 2009; RAMASWAMY; GOUILLART, 2010). O acesso inicia com a

disponibilização das ferramentas e informações necessárias para que a experiência de fato ocorra, além disso, é necessário ter acesso a conhecimentos e expertise para que os indivíduos/cooperados construam sua própria experiência (RAMASWAMY; OZCAN, 2014).

Quanto ao **Risco**, este é um componente que está relacionado à possibilidade de danos aos clientes, favorecendo a obtenção de informações relevantes para ponderar determinada situação e escolher a melhor forma para enfrentar o problema (RAMASWAMY; OZCAN, 2014; DONATO, 2017). Ademais, existe propensão à exigência dos cooperados em saber qual o risco e a metodologia para avaliação individual e coletiva dos produtos e serviços (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). Sendo assim, a avaliação de risco diz respeito a assumir as responsabilidades pelas decisões tomadas ao longo do processo, e pelo resultado final, de forma conjunta (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004, PAYNE et al., 2008).

Os autores explicam que se inclui nesse processo avaliar e compreender o risco e o benefício da participação tanto do cooperado quanto da cooperativa, quando se trata de integrar para desenvolver o processo de cocriação de valor.

Transparência, que é considerada como primordial na cocriação de valor por permear a relação (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). O princípio da transparência deve definir as ações da cooperativa para assegurar aos cooperados conhecimento das informações e dos resultados do negócio. A transparência é uma forma de facilitar o diálogo e as interações entre as partes envolvidas no processo de cocriação (MÖLLER et al., 2009) Além de possibilitar o maior engajamento no processo de criação e produção. A transparência de informações é importante para o processo de interação à medida que se estabelece um certo nível de confiança (RAMASWAMY; OZCAN, 2014).

Nesse sentido, pode-se afirmar que a cocriação é uma interação constante e que pode render resultados inovadores, pois, no processo cocriativo, todas as partes envolvidas ganham, e a atividade comercial adquire caráter mais igualitário e estimulante para quem a prática.

2.2 Certificação Fair Trade

O processo de Certificação para o Mercado *Fair Trade* (MFT), expressão que significa comércio justo ou solidário, visa à verificação, em processos produtivos, da correta conciliação entre os aspectos sociais e ambientais, aliados ao desenvolvimento econômico.

O Comércio Justo passou a ser visto “como instrumento alternativo ao comércio internacional convencional”. Alternativo porque teria a função de comercializar, assegurando direitos sociais e dando garantias econômicas aos parceiros, bem como contribuindo para o desenvolvimento sustentável (STELZER, 2021). Visa valorizar a cultura local e oferece uma remuneração justa aos agricultores e seus familiares (BARBOSA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2014).

Ainda na fala dos autores, o movimento teve início na Holanda, no ano de 1969, e foi ganhando notoriedade nas demais partes do mundo, pregando uma filosofia de ajuda aos pequenos produtores dos países em desenvolvimento.

Para obter o selo *Fair Trade*, a pessoa jurídica deve seguir critérios e respeitar os 10 princípios elaborados pela WFTO (Organização Mundial do Comércio Justo), são eles:

1. Criar oportunidades para os produtores em desvantagens econômicas;
2. Transparência e prestação de contas;
3. Práticas de comércio justo;
4. O pagamento de preço justo;
5. Garantir que não haja trabalho infantil e nem

- trabalho forçado;
6. Compromisso com a não discriminação, igualdade de gênero e empoderamento econômico da mulher e liberdade de associação;
 7. Propiciar boas condições de trabalho;
 8. Fornecer capacitação;
 9. Promover o comércio justo, e;
 10. Respeito ao meio ambiente.

Para Stelzer (2021), esses princípios representam a melhor combinação do Comércio com Justiça social e respeito à sustentabilidade. Isso posto, quando o produto recebe a certificação *Fair Trade*, significa dizer que todos os elos da cadeia atenderam de forma satisfatória aos princípios citados (STELZER, 2021) Ainda de acordo com a autora, o mercado justo não se configura apenas como uma relação comercial, mas sim, um vínculo de cooperação e empoderamento dos produtores.

3. Metodologia

Esta pesquisa classifica-se como de natureza quantitativa e descritiva. O objeto de estudo é a Cooperativa Agroextrativista Veneza do Marajó (COPAVEM), situada na cidade de São Sebastião da Boa Vista, Ilha do Marajó, que é certificada *Fair Trade* desde 2014, sendo considerada referência pelo modelo que desenvolve.

A COPAVEM foi criada no ano de 2004 por um grupo de extrativistas da região e, em 2014, obteve, com a ajuda do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a certificação do açaí com o selo *Fair Trade*.

Compõe o universo da pesquisa 344 extrativistas que negociam com a COPAVEM, sendo que a amostra compreende 151 extrativistas cooperados, os quais foram escolhidos por acessibilidade. Dessa forma, utilizou-se de uma amostragem não probabilística, uma vez que nem todos os elementos da população

tiveram a possibilidade de serem conhecidos.

A pesquisa concentrou-se na comunidade do Pracuúba, onde inicialmente tomou-se uma lancha no porto do açai em Belém/PA, por volta das 10 h e chegando na vila São Miguel do Pracuúba – ilha do Marajó – às 18h40min, portanto, mais de oito horas de viagem.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a Região do Marajó compõe-se na sua quase totalidade de municípios de pequeno porte com características eminentemente rurais, cuja população encontra-se dispersa em torno de numerosas e pequenas ilhas de difícil acesso (IBGE, 2017).

Os dados da pesquisa foram coletados presencialmente nos meses de agosto a outubro de 2019, a partir de uma Survey, com escala Likert, em que os cooperados atribuíram notas variando de 1 (um) a 7 (sete) pontos para cada uma das assertivas presentes no instrumento de pesquisa.

Cumpra esclarecer que antes da aplicação do instrumento de pesquisa, realizou-se um pré-teste com 15 cooperados, os quais sugeriram algumas alterações de redação para tornar o instrumento mais adequado à compreensão dos respondentes. Os dados coletados foram tabulados em planilha do Excel; em seguida, exportados para o programa SPSS.

O critério utilizado para garantir a confiabilidade interna do instrumento foi *Alpha de Cronbach*. Destaca-se que a função do *Alpha de Cronbach* é analisar um questionário para estimar sua confiabilidade por meio de parâmetro de grau de aceitação (HAIR et al., 2009).

Na Análise Fatorial confirmatória foram analisadas as premissas: tamanho da amostra, normalidade multivariada, multicolinearidade por meio dos testes de Esfericidade de Bartlett, Kaiser Meyer Olkin – KMO, *Measure of Sampling Adequacy* – MSA e matriz de correlação, conforme indicação de

Hair et al. (2009).

4. Resultados e discussões

4.1 Perfil da amostra

Dentre os produtores entrevistados, 68% são do sexo masculino e 32% do sexo feminino, o que demonstra a necessidade da cooperativa incentivar uma maior participação de mulheres. Cumpre esclarecer que no modelo *Fair Trade* não é permitido nenhuma forma de discriminação, seja ela de raça, cor, gênero, religião etc. De acordo com os dados da pesquisa, não há analfabetos na cooperativa, pois o nível de instrução mais frequente foi o fundamental completo. Cooperativa ou qualquer outro empreendimento com selo *Fair Trade* precisa apresentar programa de melhoria do nível educacional dos seus cooperados e familiares, assim estará contribuindo para o desenvolvimento humano e social.

Em média, os produtores residem na ilha há aproximadamente 23 anos, configurando-se pessoas que já possuem experiência com o cultivo do açaí e conhecimento do local. Todo empreendimento certificado deve investir em forma de manejo e tecnologia que reduzam a necessidade de uso de recursos naturais, bem como o desperdício relacionado ao processo de produção. A responsabilidade socioambiental corporativa deverá estar explícita na missão e política da empresa, e que atenda minimamente as exigências ambientais.

O estudo mostra que muitas famílias não desenvolvem atividades produtivas além do extrativismo do açaí (82,10%). Os demais, além do açaí, desenvolvem outras atividades, como criação de animais, produção de farinha, cultivo de hortaliças, frutas etc.

A área onde é realizada a extração do fruto é própria (82,80%), seguido dos que informaram que pertencem a outros. Nesse caso, o que é colhido é dividido entre quem colheu e quem

cedeu a área para a extração. Quanto a produção do açaí, de forma unânime, é do tipo extrativismo que germina espontaneamente em terra nativa, a colheita do fruto é realizada pelo método tradicional empregado no extrativismo, ou seja, pela escalada nas palmeiras usando a peconha (semelhante a um cinto), sendo um utensílio muito usado na Amazônia, fabricado utilizando as fibras das próprias árvores. Essa atividade, por ser considerada tarefa perigosa, é executada pelos homens da comunidade.

4.2 Análise fatorial

Para confirmar a consistência do modelo, foi necessário atentar para os seus critérios de qualidades, quais sejam: Cargas Fatoriais, AVE, Confiabilidade Composta e *Alpha de Cronbach*. Para as Cargas Fatoriais e Confiabilidade Composta, os autores Hair et al., (2009) e Prearo (2013) consideram satisfatórios valores a partir de 0,60. No caso dessa pesquisa, a média foi maior 0,70 para a Análise Fatorial e 0,80 para a Confiabilidade Composta, vide Quadro 1.

Quanto à AVE, são considerados satisfatórios valores maiores que 0,50 (HAIR et al., 2009; PREARO, 2013). Para analisar a consistência do formulário, foi usado o coeficiente *Alpha de Cronbach* (α), no qual são considerados satisfatórios para estudos exploratórios valores maiores ou iguais a 0,600 ($\alpha \geq 0,600$) (HAIR et al., 2009). O *Alpha de Cronbach* apurado nesta pesquisa para a dimensão DART foi acima de 0,90, portanto, considerado excelente pelos autores referenciados. Assim, todos os critérios foram atendidos de forma satisfatória e que as dimensões investigadas confirmam que o instrumento usado nesta pesquisa é apto e apresenta robustez estatística.

Em se tratando da Análise Fatorial, cumpre esclarecer que todos os itens do modelo DART (Diálogo, Acesso, Risco e Transparência foram testados e o nível de significância admitido

neste estudo foi de 5% ($\alpha = 0,05$). Inicialmente foram formuladas e testadas 13 variáveis para o construto Diálogo, no entanto, ao avaliar a medida de adequação de amostragem (*Measure of Sampling Adequacy* – MAS), dois itens não obtiveram valores acima de 0,5 ($MSA_i > 0.5$), os quais foram retirados da análise, vide Quadro 1.

Já para o construto, Acesso foram formuladas e testadas 10 variáveis, no entanto, uma variável não obteve valor acima de 0,5 ($MSA_i > 0.5$), dessa maneira optou-se por sua exclusão, vide Quadro 1.

Para o construto Risco 8 variáveis foram formuladas e testadas. Porém, ao avaliar a medida de adequação de amostragem (*Measure of Sampling adequacy* – MAS), três delas não obtiveram valores acima de 0,5 ($MSA_i > 0.5$); dessa maneira, foi necessária a eliminação destas, vide Quadro 1.

Por fim, foram formuladas e testadas 5 variáveis para o construto Transparência. Assim, no momento de avaliar a medida de adequação de amostragem (*Measure of Sampling Adequacy* – MAS), uma variável não obteve valor acima de 0,5 ($MSA_i > 0.5$), sendo eliminada da análise, conforme demonstrado no Quadro 1.

A análise fatorial é classificada como média ($KMO = 0,74$), a medida de adequação de amostragem possui valores acima de 0,5 e apresentam comunalidades acima de 50%. Quanto à variância total explicada pelo modelo fatorial obtido, Hair et al., (2009) citam que quando a variância (σ^2) explicada é alta, pode indicar que as variáveis explicam bem o modelo gerado.

4.3 DART

No construto Diálogo foram retidos 4 fatores, seguindo a regra de retenção dos fatores com valores próprios superiores a 1, em que estes fatores explicam 63,76% da variabilidade total.

O primeiro fator, denominado de “múltiplos canais”, é composto pelos itens: 1 – várias linhas de comunicação são

usadas pela COPAVEM para recolher contribuições e ideias dos cooperados; 2 – os cooperados usam múltiplos canais de comunicação para promover uma troca maior de ideias, para prestar uma qualidade maior dos serviços aos clientes; 3 – os cooperados usam múltiplos canais de comunicação para promover uma troca maior de ideias para desenvolver inovação nas técnicas de plantio, processamento, embalagem, armazenamento e transporte do açaí e é incentivado a se comunicar com os demais cooperados sobre quaisquer aspectos da produção do açaí.

O segundo fator denominado de “diálogo constante”, é composto pelos itens: 1 – a COPAVEM comunica-se com os cooperados com sugestões de melhorias na produção agrícola; 2 – a COPAVEM faz com que seja fácil para você comunicar as suas ideias sobre a concepção e a execução da produção do açaí e pequenos desacordos entre os cooperados fornecem ideias produtivas para a resolução de problemas.

O terceiro fator denominado de “gerenciando conflito”, é composto pelo item: 1 – a COPAVEM promove o diálogo para saber mais sobre a sua reação acerca da cooperação entre os cooperados; 2 – os conflitos e as divergências entre a COPAVEM e os cooperados têm sido resolvidos adequadamente por meio do diálogo.

O quarto fator denominado de “aprendizagem compartilhada”, é composto pelo item: 1 - o diálogo entre os cooperados implica a aprendizagem compartilhada para solucionar problemas coletivos; 2 - a COPAVEM recebe e implementa as reclamações e sugestões dos seus cooperados.

4.3.1 Diálogo

No construto diálogo, o qual versa que o diálogo entre os cooperados implica a aprendizagem compartilhada para solucionar problemas coletivos, essa variável apresentou a maior

carga fatorial, 0,877, demonstrando que a cooperativa busca ouvir seus cooperados de forma a resolver os problemas internos. Por meio do diálogo a cooperativa consegue compreender melhor as necessidades dos cooperados. Nota-se que essa iniciativa é valorizada pelos cooperados. O processo de busca e conquista de certificação está intimamente ligada à superação de desafios coletivos e exige comprometimento e diálogo constante entre cooperativa e cooperados.

4.3.2 Acesso

No construto Acesso, foram retidos 3 fatores, seguindo a regra de retenção dos fatores com valores próprios superiores a 1, em que esses fatores explicam 68,82% da variabilidade total.

O primeiro fator, denominado de “oferta de serviços”, é composto pelos itens: 1 – é fácil para você receber a oferta de serviços da COPAVEM onde quer; 2 – é fácil para você receber as ofertas de serviço da COPAVEM quando quer; 3 – é fácil para você receber a oferta de serviços da COPAVEM como você quer; 4 – é fácil para os cooperados participarem de feiras agrícolas de forma colaborativa.

O segundo fator, denominado de “lucratividade”, é composto pelos itens: 1 – a COPAVEM realiza periodicamente reuniões com os cooperados para explicar o desempenho e os desafios dos negócios; 2 – a COPAVEM informa aos cooperados todos os pedidos recebidos; 3 – a COPAVEM proporciona opções para você escolher como receber os pagamentos dos compradores.

O terceiro fator, denominado de “capacitação”, é composto pelo item: 1 – com acesso a uma vasta quantidade de informações, os cooperados têm conhecimento para tomar decisões, mais bem informados; 2 – a COPAVEM oferece programa de capacitação/ou treinamentos nas atividades agrícolas.

4.3.3 Risco

A análise fatorial para o construto Acesso é classificada como boa ($KMO = 0,85$), a medida de adequação de amostragem possui valores acima de 0,5 e apresenta comunalidades acima de 50%. Esse construto é formado por um fator que explica 61,07% da variabilidade total.

O fator denominado de “troca de informação” é composto pelos itens: 1 – a COPAVEM permite a você tomar decisões informadas sobre os riscos e benefícios de uma transação comercial; 2 – as decisões da diretoria da COPAVEM são satisfatórias; 3 – as decisões de investimentos (projetos) e financiamentos realizadas pela COPAVEM chegam a um entendimento entre os cooperados; 4 – a COPAVEM incentiva-o a se familiarizar com os riscos associados às ações colaborativas; 5 – a COPAVEM informa sobre todos os riscos decorrentes de ações colaborativas.

4.4.4 Transparência

A análise fatorial para o construto Transparência é classificada como boa ($KMO = 0,82$), a medida de adequação de amostragem possui valores acima de 0,5 e apresentam comunalidades acima de 50%. No construto Transparência, foi retido apenas um fator, que explica 65,90% da variabilidade total.

O fator denominado de “ação conjunta”, é composto pelos itens: 1 – A COPAVEM disponibiliza de forma transparente as informações que podem ser úteis na melhoria do seu negócio; 2 – a COPAVEM revela de forma plena as informações que podem ser úteis para melhorar os resultados do seu negócio; 3 – a COPAVEM revela plenamente informações detalhadas sobre os custos e preços que adota no mercado; 4 – tem tratamento igualitário na partilha de informações necessárias para conseguir melhorar os resultados do seu negócio.

Quadro 1 – Itens de escala

Itens	Cargas Fatoriais	AVE	Conf. Composta	Coef. Alfa
DIÁLOGO		0,544	0,856	0,902
Os cooperados estão interessados em se comunicar sobre a melhor maneira de projetar e entregar um açaí de qualidade.	*			
A COPAVEM estabelece um canal de comunicação para receber sugestões de experiências positivas e negativas dos cooperados.	*			
Várias linhas de comunicação são usadas pela COPAVEM para recolher contribuições e ideias dos cooperados	0.854			
Os cooperados usam múltiplos canais de comunicação para promover uma troca maior de ideias para prestar uma qualidade maior dos serviços aos clientes	0.799			
Os cooperados usam múltiplos canais de comunicação para promover uma troca maior de ideias para desenvolver inovação nas técnicas de plantio, processamento, embalagem, armazenamento e transporte do açaí	0.739			
É incentivado a se comunicar com os demais cooperados sobre quaisquer aspectos da produção do açaí	0.665			
A COPAVEM comunica-se com os cooperados com sugestões de melhorias na produção agrícola	0.777			
A COPAVEM faz com que seja fácil para você comunicar as suas ideias sobre a concepção e a execução da produção do açaí	0.640			
Pequenos desacordos entre os cooperados fornecem ideias produtivas para a resolução de problemas	0.535			

Itens	Cargas Fatoriais	AVE	Conf. Composta	Coef. Alfa
A COPAVEM promove o diálogo para saber mais sobre a sua reação acerca da cooperação entre os cooperados	0.832			
Os conflitos e as divergências entre a COPAVEM e os cooperados têm sido resolvidos adequadamente por meio do diálogo	0.654			
O diálogo entre os cooperados implica a aprendizagem compartilhada para solucionar problemas coletivos	0.877			
A COPAVEM recebe e implementa as reclamações e sugestões dos seus cooperados	0.542			
ACESSO		0,528	0,817	0,932
É fácil para você receber a oferta de serviços da COPAVEM onde quer	0.902			
É fácil para você receber as ofertas de serviço da COPAVEM quando quer	0.875			
É fácil para você receber a oferta de serviços da COPAVEM como você quer	0.811			
É fácil para os cooperados participarem de feiras agrícolas de forma colaborativa	0.751			
A COPAVEM realiza, periodicamente, reuniões com os cooperados para explicar o desempenho e os desafios dos negócios	0.759			
A COPAVEM informa aos cooperados todos os pedidos recebidos	0.755			
A COPAVEM lhe proporciona opções para você escolher como receber os pagamentos dos compradores	0.753			
Com acesso a uma vasta	0.860			

Itens	Cargas Fatoriais	AVE	Conf. Composta	Coef. Alfa
quantidade de informações, os cooperados têm conhecimento para tomar decisões, melhores informados.				
Os cooperados têm acesso a todas as informações das ações realizadas pela COPAVEM.	*			
A COPAVEM oferece programa de capacitação/ou treinamentos nas atividades agrícolas	0.596			
RISCO		0,521	0,897	0,923
A COPAVEM fornece a você informações completas acerca do mercado	*			
Você recebe informações completas relativas aos riscos e benefícios nas transações realizadas pela COPAVEM.	*			
A diretoria e o conselho possuem qualificação adequada a ponto de atender suas expectativas	*			
A COPAVEM disponibiliza informações sobre os riscos e benefícios das transações comerciais o que lhe favorece a tomar a melhor decisão	0,964			
As decisões da diretoria da COPAVEM são satisfatórias	0.782			
As decisões de investimentos (projetos) e financiamentos realizadas pela COPAVEM chegam a um entendimento entre os cooperados	0.766			
A COPAVEM incentiva-o a familiarizar-se com os riscos associados às ações colaborativas dos cooperados	0.762			
A COPAVEM informa sobre todos os riscos decorrentes de ações colaborativas	0.750			

Itens	Cargas Fatoriais	AVE	Conf. Composta	Coef. Alfa
TRANSPARÊNCIA		0,659	0,885	0,924
A COPAVEM disponibiliza de forma transparente as informações que podem ser úteis na melhoria do seu negócio.	0.844			
A COPAVEM revela de forma plena as informações que podem ser úteis para melhorar os resultados do seu negócio	0.801			
A COPAVEM revela plenamente informações detalhadas sobre os custos e preços que adota no mercado	0.799			
Tem tratamento igualitário na partilha de informações necessárias para conseguir melhorar os resultados do seu negócio	0.782			
Os cooperados revelam de forma plena as informações que podem ser úteis para melhorar os resultados coletivos	*			

Fonte: Dados da pesquisa. *Cargas fatoriais não apresentadas porque foram retirados do modelo de mensuração.

No construto diálogo, o qual versa que o diálogo entre os cooperados implica a aprendizagem compartilhada para solucionar problemas coletivos, essa variável apresentou a maior carga fatorial, 0,877, demonstrando que a cooperativa busca ouvir seus cooperados de forma a resolver os problemas internos. Por meio do diálogo a cooperativa consegue compreender melhor as necessidades dos cooperados. Nota-se que essa iniciativa é valorizada pelos cooperados. O processo de busca e conquista de certificação está intimamente ligada à superação de desafios coletivos e exige comprometimento e diálogo constante entre cooperativa e cooperados.

Dentre as variáveis analisadas no construto acesso, a que apresentou a maior carga fatorial, 0.902, foi “É fácil para você

receber a oferta de serviços da COPAVEM onde quer”. Diante do exposto, é possível perceber que a facilidade de acesso às informações que a cooperativa oferece aos cooperados é visto como um diferencial, até mesmo maior que o próprio preço que a cooperativa paga ao produto. De acordo com os cooperados, a cooperativa se diferencia pelo apoio que oferece, seja com pronta informação sobre o negócio ou pelo apoio nas atividades operacionais disponibilizado aos cooperados.

Acerca do construto risco, a variável que apresentou a maior carga fatorial, 0,964, foi: “A COPAVEM disponibiliza informações sobre os riscos e benefícios das transações comerciais, o que lhe favorece a tomada da melhor decisão”. Observa-se que essa variável foi a que obteve o maior peso entre os construtos.

Esses dados indicam que o arcabouço informacional disponibilizado pela cooperativa aos seus cooperados auxiliam na hora da tomada de decisão. Os cooperados veem como um fator muito importante conhecer o risco e benefício do negócio. Isso é um indício para que a cooperativa invista mais nos canais de comunicação com seus cooperados. Dessa forma, os cooperados se tornarão mais valorizados e mais dispostos a cocriar com a cooperativa.

Em relação ao construto transparência, a variável “A COPAVEM disponibiliza de forma transparente as informações que podem ser úteis para melhoria do seu negócio” apresentou a maior carga fatorial, 0,844. Esse resultado demonstra a importância que os cooperados dão à forma transparente com que a cooperativa conduz suas atividades. Para os cooperados, a transparência diz respeito à necessidade de estar bem informado sobre os assuntos de seu interesse, isto é, vai além do que rege o estatuto.

A variável que apresentou a menor carga fatorial foi “Pequenos desacordos entre os cooperados fornecem ideias

produtivas para a resolução de problemas”. Os dados revelam que os cooperados não concordam que os pequenos desacordos podem gerar ideias para solucionar conflitos, talvez pelo fato de que, na visão dos cooperados, os conflitos, ou os desacordos, sejam provenientes de baixa comunicação, realidade não vivida na cooperativa estudada.

Os resultados demonstraram que o DART se faz presente na cooperativa, no entanto, a variável de maior representatividade foi o Risco. Esse resultado pode ter forte relação com o fato do produto açaí ser proveniente do extrativismo e que depende das condições climáticas favoráveis para seu crescimento. Outra provável possibilidade é que na Amazônia brasileira os conflitos agrários ainda são uma realidade, além do crescimento da demanda pela produção do açaí cultivado.

Esse resultado vai ao encontro da pesquisa de Ferraz e Rezende (2019), a qual afirma que tem mudado a relação entre cooperativa e cooperados, pois, essa relação não se restringe tão somente à questão econômica e financeira, mas as cooperativas estão implementando esforços para estreitar os laços relacionais com os seus cooperados.

Isso se percebe no contexto da cooperativa estudada, que privilegia o diálogo aberto e sincero; os cooperados têm livre acesso às informações, e essas são disponibilizadas de forma clara e transparente, abrindo canais de comunicação para ficar mais próximas dos seus cooperados, prestando-lhes assistência nas suas necessidades.

Esses resultados corroboram a afirmação de Ferraz e Rezende (2019) sobre a importância que as cooperativas têm na vida dos cooperados e no desenvolvimento da comunidade onde elas estão inseridas. A arquitetura organizacional e a distribuição de direitos de propriedade repassados pela cooperativa aos seus cooperados é um diferencial das cooperativas, pois nesse sistema os cooperados são os proprietário e usuários do negócio, são eles

que recebem os benefícios que são gerados das sinergias entre as partes relacionadas dessas transações. Portanto, o valor que é cocriado na cooperativa acaba ficando e sendo usufruído pelos cooperados, seus familiares e comunidade.

4. Considerações finais

Os resultados demonstram que o pilar da cocriação – Diálogo Acesso, Risco e Transparência – DART, fez-se presente na cooperativa estudada e teve participação direta para o processo de certificação do açaí com o selo *Fair Trade*; sendo o Risco a variável de maior representatividade. Esse resultado pode ter relação com o fato de o produto açaí ser proveniente do extrativismo não madeireiro, por isso, fortemente dependente das condições naturais de solo e de climas favoráveis para seu desenvolvimento. Outra provável possibilidade é que na Amazônia brasileira os conflitos agrários ainda são uma realidade.

Destaca-se também que a certificação além de alavancar ganhos, promover condições justas de mercado, facilita o empoderamento dos pequenos produtores. Certificar o açaí com o selo *Fair Trade* tornou-se uma alternativa viável para os extrativistas aumentarem sua visibilidade frente ao mercado, e também uma oportunidade de negócio lucrativo, visto existir um mercado disposto a pagar um preço prêmio por um produto orgânico diferenciado e cultivado sob o manejo florestal sustentável da agrobiodiversidade.

O acréscimo financeiro obtido com a venda do açaí certificado mudou a realidade não só dos produtores cooperados, mas de toda a comunidade local que também foi beneficiada. Como benefícios diretos, destacam-se: aumento da receita facilitada pela certificação, uma vez que o açaí certificado é vendido com um sobrepreço de 30% mais caro, em comparação ao açaí não certificado; acesso a um nicho de mercado que vem

crescendo, pois é grande a procura por produtos orgânicos; melhoramento das técnicas de plantio e colheita; regularização do trabalho dos produtores; conscientização sobre a importância da preservação do meio ambiente; ausência de trabalho infantil e igualdade de gênero.

Os produtores da cooperativa, recebem o *Fair Trade Premium*, uma bonificação derivada de fundos adicionais acima do preço de compra, destinada a investimentos em projetos sociais, econômicos ou ambientais, vale destacar que o uso dessa sobra é decidido de maneira democrática entre os cooperados da COPAVEM e se dá por meio de assembleia geral.

Como percebido, o comércio *Fair Trade* não se configura apenas como uma relação comercial com vantagem econômica. Ele procura estabelecer um vínculo de cooperação, parceria e ajuda mútua. Foi por meio da certificação que os pequenos produtores da Ilha do Marajó efetivamente enfrentaram as adversidades impostas por um capitalismo muitas vezes excludente.

Como contribuição, pode-se apontar que o estudo abordou temática pouco divulgada no meio acadêmico, demonstrou empiricamente as contribuições do Comércio Justo para o empoderamento dos pequenos produtores de uma região que, embora rica de belezas naturais, sofre com os mais preocupantes índices de vulnerabilidade social e econômica.

Embora se perceba uma melhoria na qualidade de vida dos extrativistas da Ilha do Marajó, estes ainda enfrentam severos desafios, que vão desde sua localização geográfica, que dificulta o escoamento da produção, a problemas de saneamento das propriedades rurais.

Por fim, recomenda-se novas pesquisas que possam estudar os elementos da cocriação – DART, em outra cadeia produtiva, com ou sem certificação.

Referências

ANDERSON, P.; ROSENQVIST, C.; VALIENTE, P. Mobile Innovattions in healthcare: customer involvement and the co-cocreation of value. **International Journal of Mobile Communications**, n. 5, p.371-388, 2007.

ANDREU, L.; SÁNCHEZ, I.; MELE, C. Value co-cocreation among retailers and consumers: New insights into the furniture market. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 17, n. 4, p. 241-250, 2010. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.02.001>. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698910000093>. Acesso em: 30 jul. 2022.

BALLANTYNE, D.; VAREY, R. J. Creating value-in-use trough marketing interaction: The exchange logic of relating, communicating and knowing. **Marketing Theory**, v. 6, n. 3, p. 335-348, 2006.

BARBOSA, A. A.; PEREIRA, P. R. A.; OLIVEIRA, L. H. de. Processo de conquista da certificação *Fair Trade* por uma associação de cafeicultores do Sul de Minas Gerais. In: ENCONTRO ANPAD, 38, 2014, Rio de Janeiro, RJ. **Anais [...]** Rio de Janeiro, 2014.

BEGNIS, H. S. M.; AREND, S. C.; ESTIVALENTE, V. F. B. Em frente ao espelho: a produção do conhecimento em cooperativas na Revista de Economia e Sociologia Rural. **RESR**, v. 52, n.1, p. 99-116, 2014.

DONATO, C.H. **Os Aspectos Relacionais da Cocriação de Valor como uma Plataforma de Engajamento em Rede**. 320 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Municipal de São Caetano do

Sul, São Caetano do Sul, SP, 2017. Disponível em:
<https://www.uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/arquivo/108>.
Acesso em: 30 jul. 2022.

ENKEL, K; GASSMANN, O; CHESBROUGH, H. Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon. **R&D Management**, v. 39, n. 4, p. 311-416, 2009.

FERRAZ, L. Z. T.; REZENDE, A. J. As Características dos Cooperados como Determinantes da Percepção da Cocriação de Valor. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, G&DR, [S.l.]**, v.15, n. 5, p.57-77, set./dez. 2019. DOI:
<https://doi.org/10.54399/rbgdr.v15i5.5031>. Disponível em:
<https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/5031/819>. Acesso em: 30 jul. 2022.

GRILLO, T.L.H. **Influência Social na Comunidade Virtual, Engajamento com a Marca e a Propensão do Consumidor a Colaborar no NPd**. 107 f.
Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014.

HAIR, J. F. J.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Trad. Adonai Schulz Sant’Anna. 6. ed. Porto Alegre: Goodman, 2009.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Anuário do comércio 2017**. Brasília: IBGE, 2017. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 15 mar. 2018.

LIMA, S.K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. **Produção e Consumo de Produtos Orgânicos no**

Mundo e no Brasil. Brasília: IPEA, 2020. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9678/1/TD_2538.pdf. Acesso em: 30 jul. 2022.

LOBÃO, M. S. P.; STADUTO, J. A. R. Modernização Agrícola na Amazônia. **Revista de Economia e Sociologia Rural-RESR**, v. 2, n. 58, p. 188-276, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1806-9479.2020.182276>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/3Xdbsf8JNPVbVxzG7mVyHfq/?lang=pt>. Acesso em: 30 jul. 2022.

MÖLLER, K.; RAJALA, R.; WESTERLUND, M. Service Myopia? A New Recipe for Client-Provider Value Creation. **California Management Review**, Berkeley: University of California, v.50, n.3, p. 27-28, Apr., 2009. DOI: 10.2307/41166444. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/346554853_Service_myopia_A_new_recipe_for_client-provider_value_creation. Acesso em: 30 jul. 2022.

PARÁ. Agência de Defesa Agropecuária do Estado – ADEPARÁ. **Açaí**: riqueza do Pará com mercado garantido dentro e fora do Brasil. Belém: ADEPARÁ, 2017. Disponível em: <http://www.adepara.pa.gov.br/>. Acesso em 22 ago. 2018.

PAYNE, A. F.; STORBACKA, K.; FROW, P. Managing the co-creation of value. **Journal of the Academy Marketing Science**, v. 36, n. 1, p. 83-96, 2008.

PEPPER, L. G.; ALVES, L. F. N. O açaí ribeirinho certificado: uma forma de garantir o reconhecimento de um produto diferenciado e de assegurar renda duradoura para ribeirinhos do Estuário Amazônico. **Cadernos de Agroecologia**, v. 10, n. 3, p. 1-6, 2015. Disponível em: <https://revistas.aba-agroecologia.org.br/cad/article/view/19995/13076>. Acesso em:

30 jul. 2022.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creating unique value with customers. **Estrategia & Leadership**, v. 32, n. 3, p. 4-9, 2004.

PREARO, L. C. **Os serviços públicos e o bem-estar subjetivo da população: uma modelagem multigrupos baseada em mínimos quadrados parciais**. 274 f. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-12022014-163743/publico/LeandroCampiPrearo.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2022.

RAMASWAMY, V.; GOUILLART, F. **The power of co-creation: Build it with them to boost growth, productivity and profits**. New York: Free Press, 2010.

RAMASWAMY, V.; OZCAN, K. **Strategy and cocreation thinking**. Stanford: Stanford University Press, 2014.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Relatório da Pesquisa Mundial do Comércio Justo. Brasília: [S. l.], 2012.

SINDICATO E ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS DO ESTADO DO PARÁ – OCB/PA. **Diagnóstico do Cooperativismo Paraense**. 2017. Disponível em: <http://paracooperativo.coop.br/>. Acesso em: 08 dez. 2018.

STELZER, J. Fair Trade e Comércio Justo: A Justiça Comercial Sob Diferentes Perspectivas. **Revista Jurídica**, v. 1, n. 63, p.

266-288, 2021. Disponível em:

http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_informativo/2021_Periodicos/Rev-Jur-UNICURITIBA_n.63.pdf. Acesso em: 30 jul. 2022.

VERSCHOORE, J. R.; BALESTRIN, A. Ganhos competitivos das empresas em redes de cooperação. **Revista de Administração Eletrônica**, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, v. 1, n. 1, p. 1-21, 2008. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/268870412_Ganhos_competitivos_das_empresas_em_redes_de_cooperacao.

Acesso em: 30 jul. 2022.