

## **O COOPERATIVISMO, O SEU IMPACTO NA VIDA DE TRABALHADORES E ORGANIZAÇÕES E OS DESAFIOS A SEREM SUPERADOS**

**Rosecler Maschio Gilioli  
Douglas Borsatti**

Submetido em: 03.06.2020

Aceito em: 26.08.2020

### **Resumo**

O cooperativismo surgiu como sistema econômico a quase 200 anos, mantendo-se até hoje, como uma importante alternativa de negócio, superando e resistindo ao tempo, guerras e crises econômicas. Com base nisso, o presente estudo tem como objetivo, justamente, identificar através da análise da experiência de alguns cooperados, quais os benefícios proporcionados pelo cooperativismo, bem como, quais as possíveis oportunidades de melhorias para este setor. A metodologia aplicada no estudo apresenta, quanto à sua abordagem, natureza quantitativa, quanto aos objetivos propostos, nível descritivo e, quanto aos procedimentos técnicos adotados, estratégia survey ou enquête. Os resultados apontaram para excelentes índices de satisfação e fidelidade dos associados, além de reconhecer as inúmeras vantagens econômicas e a qualidade no atendimento. Ainda assim, surgiram algumas possibilidades de melhoria, como por exemplo, aumentar a participação dos cooperados na cooperativa e a melhora na infraestrutura das agências e pontos de atendimento das cooperativas que participaram do estudo.

**Palavras-chave:** Cooperativismo. Cooperado. Associado.

## **COOPERATIVISM, ITS IMPACT ON THE LIVES OF WORKERS AND ORGANIZATIONS AND THE CHALLENGES TO BE OVERCOME**

### **Abstract**

Cooperativism has emerged as an economic system for almost 200 years, maintaining itself as an important business alternative, overcoming and resisting time, wars and economic crises. Based on this, the purpose of this study is to identify, through the analysis of the experience of some cooperatives, the benefits provided by cooperativism, as well as the possible opportunities for improvement in this sector. The methodology applied in the study presents, in terms of its approach, quantitative nature, regarding the proposed objectives, descriptive level and, as for the technical procedures adopted, survey or survey strategy. The results pointed to excellent satisfaction and fidelity indexes of members, as well as the recognition of the numerous economic advantages and the quality of care. Nevertheless, there were some possibilities for improvement, such as increasing the participation of the cooperative in the cooperative and improving the infrastructure of the agencies and points of service of the cooperatives that participated in the study.

**Keywords:** Cooperativism. Cooperated. Associate.

## 1 INTRODUÇÃO

Vive-se atualmente, um contexto econômico e social marcado pelas grandes e cada vez mais rápidas transformações, onde a competitividade e a busca pela manutenção e ganho de novos mercados é muito acirrada. Neste contexto, é papel fundamental do administrador estar atento a todas as formas de negócio e organização econômica, compreendendo, por exemplo, como funcionam e o que motiva pessoas a utilizarem estes modelos.

Dentre estas formas de negócios está o cooperativismo, que apareceu como modelo econômico na Inglaterra, no século XIX, em plena Revolução Industrial, como opção de alguns pobres tecelões, para aquisição de bens de consumo. Estes entenderam que coletivamente poderiam negociar melhores condições, em termos de preço, prazos e quantidades. Trata-se de uma doutrina econômica e social que representa uma forma alternativa de geração de trabalho e renda. (FIORINI; ZAMPAR, 2015).

O cooperativismo destaca-se por possibilitar a execução de uma atividade econômica de proveito comum, baseado na igualdade de direitos e não na apropriação do trabalho alheio, sendo o cooperado o dono e principal usuário do empreendimento. (PINHEIRO; VIERA, 2014).

Durante estes quase dois séculos, o cooperativismo desenvolveu-se, ganhou adeptos em todo o mundo, inclusive no Brasil, estruturou-se a partir do reconhecimento legal e governamental, do surgimento de entidades de representação e através dos bons resultados obtidos. Segundo aponta o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo/RS (SESCOOP/RS) (2017), somente no Rio Grande do Sul, são mais de 420 cooperativas, que contam com praticamente 3 milhões de cooperados, gerando um enorme impacto econômico, somente em postos de trabalhos, por exemplo, são mais de 58,9 mil pessoas empregadas.

E é justamente, a representatividade e a importância adquiridas pelo cooperativismo, que ajudam a explicar a relevância do presente estudo. Em diversos aspectos e áreas do cotidiano de todos, pode-se observar a influência das cooperativas, seja no setor de agronegócio, de crédito, de infraestrutura ou de saúde. Portanto, a elaboração de um estudo que avance sobre os conhecimentos já tidos sobre este tema, justifica-se naturalmente, pelo impacto causado por este modelo de negócio nos diversos setores em que atua.

A partir desta contextualização, traçou-se como objetivo geral do estudo: “Identificar os benefícios gerados pelas Cooperativas aos seus associados e as oportunidades de melhorias que podem ser trabalhadas para maior competitividade em seu ramo de atuação”.

Foram definidos também, alguns objetivos específicos, ou seja, algumas etapas fundamentais para que se possa, de fato, atingir o objetivo proposto. Primeiramente, através do referencial teórico, apresentar os conceitos de cooperativismo, cooperar, cooperativa, princípios cooperativistas, além de analisar a importância e a representatividade do cooperativismo. E posteriormente, através da aplicação do instrumento de pesquisa, levantar junto aos associados: os benefícios gerados por fazerem parte de uma cooperativa, suas principais dúvidas, dificuldades e descontentamentos e ainda, identificar qual o entendimento sobre a sua participação, responsabilidades, direitos e deveres como cooperado.

As empresas participantes do estudo foram três cooperativas de crédito que atuam em Nova Prata e demais municípios da região norte/nordeste do Rio Grande do Sul, identificadas neste estudo como: COOPERATIVA X, COOPERATIVA Y e COOPERATIVA Z. As cooperativas selecionadas atuam no mesmo setor, possuem produtos e serviços parecidos, além de apresentarem algumas semelhanças em seus quadros sociais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 PRINCIPAIS CONCEITOS DE COOPERATIVISMO

**Cooperar** ou **cooperação** está definido no dicionário como atuar, juntamente e com outros, para um mesmo fim, contribuir com trabalho, esforços, auxílio e colaboração. E como já visto anteriormente, é algo presente desde sempre nas relações humanas: “O trabalho em equipe sempre existiu, pois o ser humano é um ser social, ou seja, ele precisa do outro para sobreviver, e para garantir seu desenvolvimento”. (PINHEIRO; VIERA, 2014, p. 11).

Já **cooperativismo**, é conceituado por Farias e Gil (2013, p. 18) como: “um sistema de produção, consumo e crédito que tem por alicerce as sociedades cooperativas, formadas com base no associativismo e na autogestão”. Ainda assim, é necessário ir um pouco além.

Conforme ressalta Benato (1997) trata-se de uma união de pessoas e não de capital. Como visto até aqui, o cooperativismo surgiu como alternativa para algumas “anomalias” sociais e econômicas causadas, principalmente, pela Revolução Industrial, baseado sempre na cooperação entre as pessoas. Por isso, para conceituar esta doutrina é preciso, sobretudo, entender que não se trata simplesmente de um modelo de negócio, mas de uma forma de entender o trabalho e a vida.

**Cooperativa**, por sua vez, é definida pela ACI como uma associação autônoma de pessoas unidas voluntariamente para fazer frente as suas necessidades e aspirações econômicas,

sociais e culturais através de uma empresa de propriedade conjunta e democraticamente controlada.

Por fim, Kreutz (1998 apud MACÊDO; XIMENES, 2001, p. 88) conceitua e descreve o papel do **cooperado** na cooperativa:

O cooperado é também denominado de associado e/ou cooperante, podendo ser um trabalhador urbano ou rural, profissional de qualquer atividade socioeconômica, que se associa para participar ativamente de uma cooperativa, assumindo as responsabilidades, direitos e deveres que lhe são inerentes.

Portanto, cooperado além de ser aquele que mais usufrui dos serviços da cooperativa, ele é também o próprio dono e, desta forma, tem participação decisiva na gestão dela. Mais adiante, serão especificados os detalhes jurídicos e morais que regem sua participação, enquanto associado.

## 2.2 PRÍNCÍPIOS E VALORES DO COOPERATIVISMO

A postura daqueles que participam de um negócio com bases cooperativistas é fundamental para o seu sucesso. Gawlak (2007, p. 29) reitera quais os valores básicos que devem reger este comportamento:

As cooperativas baseiam-se nos valores de ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Conforme os seus pioneiros, o Cooperativismo acredita nos valores éticos de honestidade, transparência, responsabilidade social e preservação do ambiente para o desenvolvimento sustentado.

Diferentemente dos princípios, não há uma lista oficial com os valores do cooperativismo e suas definições. Comumente, citam-se os seguintes: solidariedade, equidade, justiça social, liberdade e democracia.

Aqui serão apresentados os Sete Princípios do Cooperativismo, criados ainda em 1844, quando já apareciam no Estatuto da cooperativa de Rochdale sendo, posteriormente, ratificados e atualizados pela ACI.

Macêdo e Ximenes (2001, p. 162) explicam o papel e a importância dos princípios cooperativistas: “Os princípios do cooperativismo interpretam os valores e adaptam-se ao tempo e ao lugar, fazendo ponte entre a teoria e a prática cooperativista, transformando ideias em ação”. A última destas revisões aconteceu no ano de 1995, em Manchester, no Congresso Internacional da ACI, que culminou, conforme Pinheiro e Vieira (2014), com a seguinte definição para cada um dos fundamentos:

- a) 1º Princípio: Livre e aberta adesão dos sócios;

- b) 2º Princípio: Gestão e controle democrático dos sócios;
- c) 3º Princípio: Participação econômica dos cooperados;
- d) 4º Princípio: Autonomia e independência;
- e) 5º Princípio: Educação, treinamento e informação;
- f) 6º Princípio: Parceria entre as cooperativas;
- g) 7º Princípio: Interesse pela comunidade.

Estes ensinamentos estão presentes desde a criação do cooperativismo até os dias de hoje, sendo estes os responsáveis por nortear toda a relação entre cooperado e cooperativa.

### 3 METODOLOGIA

Quanto à abordagem deste estudo define-se como um trabalho de natureza quantitativa, já quanto aos objetivos, define-se como pesquisa de nível descritivo e, finalmente, quanto aos procedimentos técnicos a serem adotados, opta-se pela estratégia *Survey* ou Enquete.

Para este estudo, define-se a população como sendo todos os cooperados das cooperativas de crédito: COOPERATIVA X (688 cooperados), COOPERATIVA Y (47.648 cooperados) e COOPERATIVA Z (1.724 cooperados). Sendo, portanto, 50.060 associados, que terão sua experiência como cooperado analisada através da pesquisa.

Amostragem é, segundo Marconi e Lakatos (2008, p. 16): “Uma parcela convenientemente selecionada do universo (população), é um subconjunto do universo”. Desse modo, faz-se necessário identificar uma amostra representativa para este estudo. Esta amostra deve ser significativa e considerar uma margem de erro. Assim sendo, opta-se nesta pesquisa pela utilização do tamanho de amostra recomendado por Hair et al. (2005), que é de 3 a 10 respondentes por questão do questionário.

O processo de tabulação e interpretação dos resultados se dará usando métodos estatísticos.

O questionário enviado possui um total de 21 questões, entre perguntas de múltipla escolha, de seleção, grade de múltipla escolha e, ainda, perguntas abertas. As questões foram, logicamente, pensadas e estruturadas de maneira que possam auxiliar o estudo a atingir o seu objetivo.

## 4 RESULTADOS

Antes da devida explanação, cabe especificar quantos questionários foram enviados, e quantos destes retornaram com as respostas, para tanto utiliza-se a Tabela 1 para a demonstração destes números.

**Tabela 1 – Resumo população e amostra pesquisadas**

Cooperativa	População: Quantidade total de cooperativados	Amostra: Questionários enviados	Amostra: Questionários respondidos	% respondentes/ Questionários enviados
<b>COOPERATIVA Z</b>	1.724	10	10	100%
<b>COOPERATIVA X</b>	688	33	21	64%
<b>COOPERATIVA Y</b>	47.648	94	51	54%
<b>Total</b>	<b>50.060</b>	<b>137</b>	<b>82</b>	<b>60%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os 82 questionários respondidos revelaram importantes dados sobre o cooperativismo de crédito, que serão expostos a seguir. Buscando atingir os objetivos propostos o questionário foi dividido em três seções, “benefícios do cooperativismo”, “oportunidades de melhoria” e “entendimento dos cooperados sobre sua participação na cooperativa”, sendo os resultados expostos da mesma maneira.

### 4.1 BENEFÍCIOS GERADOS AOS ASSOCIADOS POR FAZEREM PARTE DE UMA COOPERATIVA

O Quadro 1 revela os principais benefícios decorrentes do cooperativismo, identificados neste estudo.

**Quadro 1 – Benefícios do Cooperativismo**

Benefícios do Cooperativismo
Vantagens econômicas proporcionadas pelo cooperativismo
Fator humano como diferencial
Superioridade em relação à concorrência (não cooperativas)
Altos níveis de fidelidade e satisfação
Confiança do associado no desempenho da cooperativa

Fonte: Elaborado pelo autor.

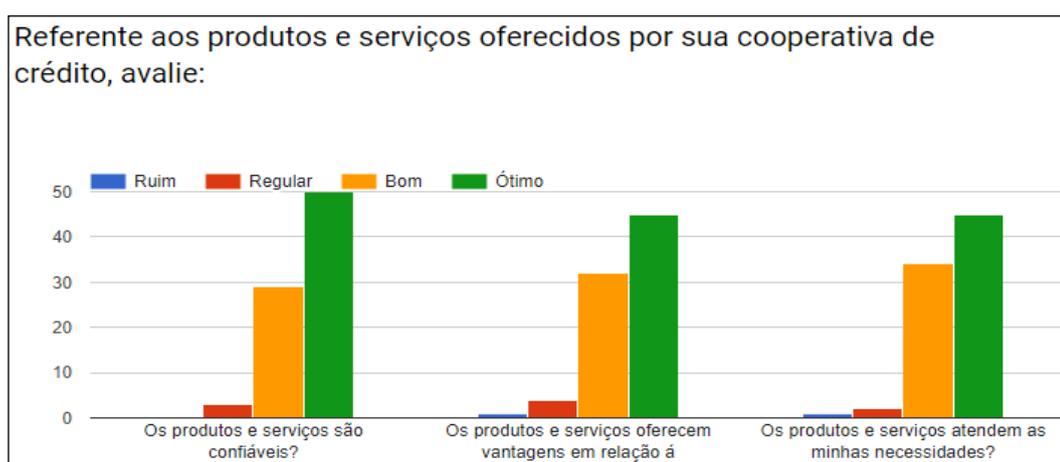
#### 4.1.1 Vantagens econômicas proporcionadas pelo cooperativismo

O primeiro benefício proporcionado pelo cooperativismo a ser abordado são as vantagens econômicas oferecidas por este sistema. Seja pelo preço pago pelos produtos e serviços dos cooperados, seja pelas condições de financiamento e aplicação e, até mesmo, pela distribuição das sobras do exercício, o cooperativismo se mostra sempre como uma boa opção financeiramente para os seus associados.

A pesquisa aplicada com os associados das cooperativas pesquisadas confirmou amplamente esta tendência. Prova disso, são os 85,4% dos associados que considera “Vantagens econômicas (juros e taxas reduzidas, acesso facilitado ao crédito)” como uma motivação para entrar e permanecer em uma cooperativa. E ainda, a “Distribuição anual de sobras” também foi apontada por quase 40% dos entrevistados, como um diferencial que influencia e motiva fazer parte da cooperativa.

Ao serem perguntados, especificamente, sobre os produtos e serviços da cooperativa percebeu-se, da mesma forma, o contentamento geral dos associados com as condições oferecidas pela cooperativa. Sendo que, mais de 95% dos associados que responderam o questionário, avaliaram a confiança nos produtos e serviços da cooperativa como ótima ou boa. Da mesma maneira, quase 95% dos respondentes avaliaram como ótima ou boa, a relação dos produtos e serviços oferecidos por sua cooperativa com a concorrência, evidenciando a superioridade das condições oferecidas quando comparadas com outros bancos.

**Figura 1 – Questão 8**



Fonte: Elaborado pelo autor.

O próprio Banco Central confirma tal condição, apesar de não informar as taxas praticadas por essas instituições, a entidade afirma que no caso do empréstimo pessoal, por

exemplo, as taxas cobradas pelas cooperativas de crédito chegam a menos da metade das cobradas pelos bancos. (BONFANTI, 2018).

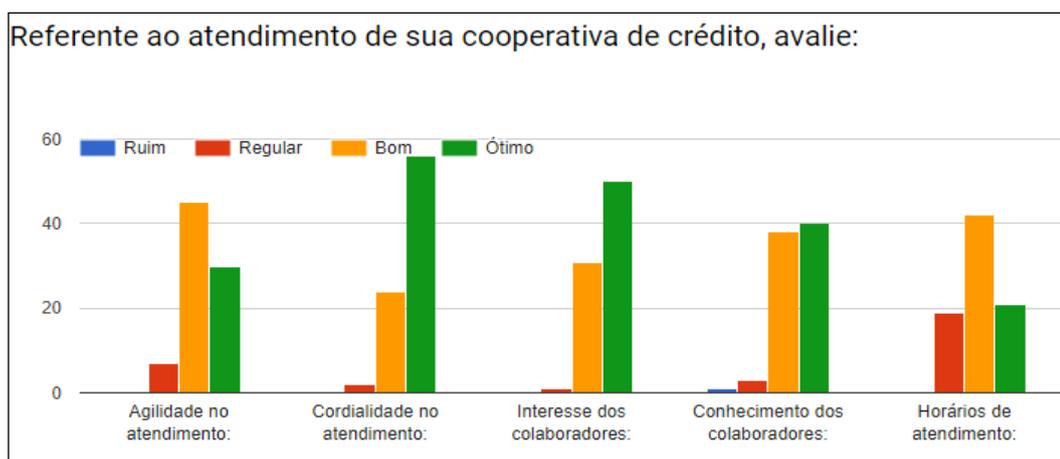
Confirma-se, através dos dados extraídos da pesquisa realizada neste trabalho, que as vantagens financeiras e econômicas propiciadas pelo cooperativismo de diversas formas, são, definitivamente, uma das questões que explicam a adoção deste modelo de negócios por tantas pessoas nos mais diversos ramos.

#### 4.1.2 Fator humano como diferencial

Outro aspecto fundamental, que deve ser citado como um benefício proporcionado pela prática do cooperativismo é o fator humano, seja no atendimento, seja nos relacionamentos internos e com a comunidade, seja na gestão democrática, esta é uma característica positiva que aparece na maioria das cooperativas.

Exemplo claro disso, foi o fato de praticamente 80% dos associados afirmarem considerar a “Qualidade e personalização no atendimento” como um dos motivos para cooperar-se e manter-se na cooperativa. Sendo que um quarto destes associados também citaram a “Amizade e relacionamento com colaboradores” como um incentivador para entrar e permanecer na cooperativa.

**Figura 2 – Questão 7**



Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando questionados especificamente sobre o atendimento nas agências, a avaliação foi, mais uma vez, bastante positiva. A “Cordialidade no atendimento”, por exemplo, foi avaliada por quase 70% dos entrevistados como ótima, ou então, por incríveis 98% dos respondentes como ótima ou boa. Já o “Interesse dos colaboradores” foi avaliado como ótimo por 60,98% dos entrevistados e como bom por 37,80%.

E realmente, há um consenso geral entre cooperativas e cooperados, em dar atenção à qualidade do atendimento e de todas as relações entre ambos. Sendo que em plena era de ascensão dos bancos digitais e com a maioria dos serviços podendo ser feita de maneira autônoma pela internet, as agências físicas das cooperativas de crédito cresceram 17% nos últimos cinco anos, na contra mão dos bancos tradicionais que tem fechado agências e diminuído postos de trabalho, evidenciando a preocupação do cooperativismo com o relacionamento e o fator humano. (LEWGOY, 2018).

Outros aspectos apontados por esta questão, como agilidade no atendimento e conhecimento dos colaboradores, também tiveram notas bastante altas atribuídas pelos participantes da pesquisa, sendo que os percentuais de ótimo e bom também ficaram acima de 90% nestes casos.

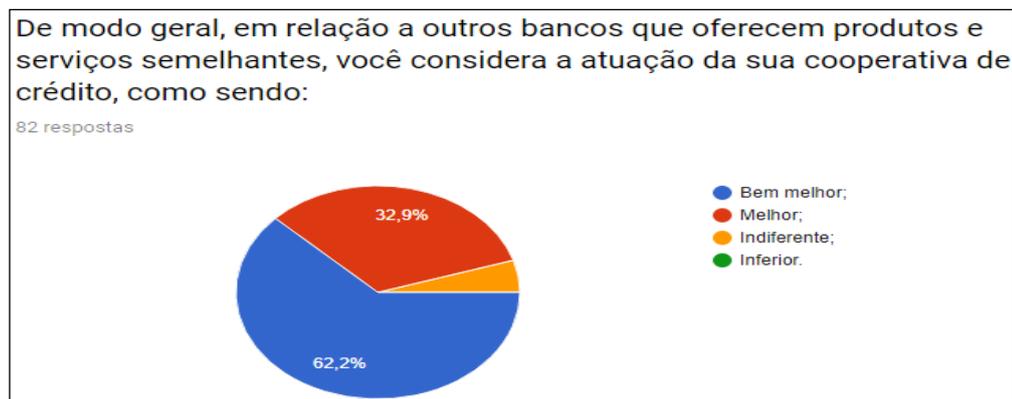
Confirma-se, com tudo, que a qualidade do atendimento e de todas as relações entre cooperado e cooperativa é um benefício que, comprovadamente, incentiva pessoas a aderirem e permanecerem em negócios cooperativistas.

#### **4.1.3 Superioridade em relação à concorrência (não cooperativas)**

Cita-se aqui a questão em que os cooperados eram questionados sobre a utilização dos produtos e serviços de sua cooperativa, sendo que praticamente 80% dos associados afirmaram sempre utilizar os produtos e serviços da sua cooperativa. Ou seja, aqueles que optam pelo cooperativismo de crédito, além de mantarem conta, consideram a cooperativa como uma de suas ou a sua principal instituição financeira.

Depois, quando perguntados se “Os produtos e serviços oferecem vantagens em relação à concorrência?”, praticamente 95% dos respondentes avaliaram esta relação com ótima ou boa em favor da sua cooperativa, sendo 54,88% de associados que apontaram como ótima, a comparação dos produtos e serviços da sua cooperativa com a concorrência.

Já na questão que tratava mais diretamente deste tema, os associados foram questionados se: “De modo geral, em relação a outros bancos que oferecem produtos semelhantes, você considera a atuação da sua cooperativa de crédito, como sendo:”. O resultado foi amplamente favorável ao cooperativismo, sendo que 62,2% avaliaram que sua cooperativa de crédito é bem melhor, 32,9% é melhor e apenas 4,9% assinalaram como indiferentes em relação a outras instituições financeiras. Nenhum dos entrevistados, considera a sua cooperativa como inferior a outro banco ou instituição financeira.

**Figura 3 – Questão 9**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Enfim, entende-se a partir destes resultados que o cooperativismo, invariavelmente, apresenta-se como uma opção melhor do que empresas e organizações, que possuem outro modelo de negócio que não seja o cooperativismo, o que também ajuda a justificar a sua adoção.

#### 4.1.4 Altos níveis de fidelidade e satisfação

O que também serve de argumento para explicar tamanho desenvolvimento de negócios cooperativistas, é o fato de vários deles apresentarem altos níveis de fidelidade e satisfação por parte de seus associados. Em consonância com este fato, o presente estudo identificou entre os associados das cooperativas participantes da pesquisa, altos níveis de satisfação e contentamento, além de bons indicadores de fidelidade e confiança dos cooperados nos produtos e serviços prestados por suas cooperativas.

Reforçando ainda mais a questão da fidelidade e preferência pelo cooperativismo, menciona-se a questão da pesquisa que identificou que dos entrevistados, 41,5% afirmaram serem associados a mais de 10 anos, e quando diminuída essa margem para 5 anos, atinge-se um percentual de 70% dos associados entrevistados. Isto é, quem se coopera normalmente permanece por muito tempo na cooperativa.

As questões que tratavam especificamente do tema (satisfação dos associados), também merecem menção. Por exemplo, 98,8% dos cooperados afirmaram que através de seus produtos e serviços a sua cooperativa de crédito atende suas necessidades. Em outra pergunta, 98,8% dos respondentes confirmou que recomendaria a cooperativa para outras pessoas.

**Figura 4 – Questão 12**

Fonte: Elaborado pelo autor.

Por fim, 47,6% dos cooperados disseram estar “Muito satisfeito” com sua cooperativa, enquanto 51,2% disseram estar “Satisfeito” e apenas 1,2% registrou sua opinião com a opção “Regular”, não havendo sequer um associado respondente do questionário, que tenha se posicionado como “Insatisfeito” com a sua cooperativa.

Confirma-se com os dados expostos aqui, que o cooperativismo tem gerado boas experiências aos seus associados de diversas maneiras, como resultado há um número considerável de cooperados que se consideram satisfeitos com a atuação de suas cooperativas.

#### 4.1.5 Confiança do associado no desempenho da cooperativa

Mais um benefício identificado e ratificado pelo estudo é a confiança do associado no desempenho da cooperativa, fator de fundamental análise para aqueles que pretendem se cooperar e, também para aqueles que já são cooperados.

Um dos aspectos mais importantes e valorizados no cooperativismo é o fato do cooperado ser, além de principal usuário dos produtos e serviços da cooperativa, dono do negócio. Obviamente, isto implica não somente em benefícios, mas também em alguns deveres, como por exemplo, a repartição de possíveis prejuízos, por isso é fundamental que associados estejam atentos à gestão de sua cooperativa, para evitar surpresas desagradáveis. (BONFANTI, 2018).

Neste aspecto, a pesquisa mostrou associados que confiam no desempenho e na gestão da sua cooperativa. Prova disso, ao serem questionados se “Os produtos e serviços são confiáveis?”, 60,98% dos entrevistados avaliaram como ótimo, 35,37% como bom e apenas 3,65% como regular, nenhum dos associados avaliou a confiança nos produtos e serviços da cooperativa como ruins. Isto demonstra o bom desempenho das cooperativas em entregar, com

qualidade, soluções para todo o seu quadro social, o que repercute na confiança dos associados na cooperativa.

Entende-se com tudo, que a confiança dos associados no desempenho da sua cooperativa é um fator de extrema importância, que deve ser considerado como um benefício e um impulsionador no desenvolvimento do cooperativismo.

#### 4.2 DÚVIDAS, DIFICULDADES E DESCONTENTAMENTOS DOS ASSOCIADOS

O Quadro 2 apresenta as oportunidades de melhoria, identificadas através das dúvidas, dificuldades e descontentamentos dos associados que responderam a pesquisa.

**Quadro 2 - Dúvidas, dificuldades e descontentamentos dos associados**

Principais apontamentos	
Horários de atendimento	
Infraestrutura das agências e pontos de atendimento	
Responsabilidade social e compromisso com a comunidade	
Desafios para as cooperativas:	Atrair o público mais jovem
	Conquista de uma parcela maior do mercado

Fonte: Elaborado pelo autor.

##### 4.2.1 Infraestrutura das agências e pontos de atendimento

Um aspecto lembrado de maneira negativa pelos associados que responderam a pesquisa, foi quanto á infraestrutura das agências e pontos de atendimento.

Das três cooperativas pesquisadas, a COOPERATIVA Y conta com uma boa estrutura de atendimento, sendo duas agências apenas em Nova Prata, todas equipadas com autoatendimento. Já a COOPERATIVA Z, possui em Nova Prata uma agência inaugurada recentemente, que abriga três atendentes, sendo apenas um caixa, a unidade ainda não conta com autoatendimento. A COOPERATIVA X atua em unidade única no município de Casca, o que dificulta o contato mais próximo com os cooperados de toda sua área de ação. Em ambos os casos o autoatendimento é realizado através de parceiros (outros bancos que já contam com esta infraestrutura).

Isso refletiu nas respostas dos associados, do total de entrevistados 13 deles ou quase 15% afirmaram que a “Infraestrutura das agências e pontos de atendimento” é um fator que lhe desmotivam á permanecer na cooperativa. No entanto, se considerarmos apenas as respostas

dos cooperados COOPERATIVA X e COOPERATIVA Z, de onde surgiram a maioria dos apontamentos neste quesito, este percentual sobe para mais de 40% dos associados destas duas cooperativas que reconhecem este problema.

Ainda assim, como já ressaltado em passagens anteriores, há de se reconhecer os esforços realizados por cooperativas de todos os ramos, no de crédito, objeto deste estudo também. Segundo Prado (2017), a rede de atendimento do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC) é uma das maiores do país e continua em ritmo acelerado de crescimento, em 2017, já eram 5.936 pontos de atendimento espalhados em todas as regiões brasileiras.

A pesquisa realizada neste estudo reforça, ainda mais, esta tendência, investir em infraestrutura, tecnologia, comodidade e qualidade no atendimento deve ser uma preocupação das cooperativas.

#### **4.2.2 Responsabilidade social e compromisso com a comunidade**

O terceiro aspecto que merece atenção das cooperativas é quanto á responsabilidade social e compromisso com a comunidade. Por mais que este pareça um tema secundário, é fundamental para o desenvolvimento total dos preceitos do cooperativismo, o envolvimento da organização com as coisas da comunidade.

Responsabilidade social representa, de acordo com Macêdo e Ximenes (2001), a obrigação dos administradores em estabelecer diretrizes e rumos de ação que são importantes em termos de valores e de objetivos da sociedade. Pode ser compreendida também, conforme os mesmos autores, como ação social, cidadania, atividade comunitária ou preocupação social.

Na pesquisa realizada com os associados do COOPERATIVA Y, COOPERATIVA X e COOPERATIVA Z, percebeu-se que o tema não é visto por eles como um ponto forte das suas respectivas cooperativas. Visto que, pouco mais de 25% dos respondentes assinalou a opção “Responsabilidade social e compromisso com a comunidade”, como algo que lhes motivam a entrar e permanecer na cooperativa.

Reflexo direto disso ou não, a identidade dos cooperados como sendo donos da cooperativa, também não teve boa avaliação. A opção “O fato de se sentir como dono e parte fundamental da cooperativa”, na mesma questão, foi marcada por apenas 25% dos respondentes. Quando perguntados especificamente sobre o assunto, quase 40% dos associados disseram não se sentir de fato, donos da sua cooperativa. Ainda segundo Macêdo e Ximenes

(2001), ações sociais levam a resultados positivos, tanto em relação ao público interno da organização, ao público externo, sociedade e fornecedores.

Portanto, por se tratar, inclusive, de um dos princípios do cooperativismo (7º princípio) a responsabilidade social e o compromisso com a comunidade podem e devem, ser melhor trabalhadas pelas três cooperativas analisadas. Isto pode ser feito através de seus próprios produtos e serviços, e ainda, através do apoio, promoção e financiamento de outras atividades da comunidade. Ou então, COOPERATIVA Y, COOPERATIVA X e COOPERATIVA Z podem melhorar os canais de divulgação destas ações, para mudar esta impressão de seus associados.

#### **4.2.3 Desafios para as cooperativas**

O primeiro desafio a ser exposto detalhadamente é a dificuldade em atrair o público mais jovem. Isto ficou evidente, não somente pelos dados revelados pelas perguntas sobre o perfil dos entrevistados, mas a impressão geral visitando as agências ou recolhendo contatos para envio de questionários, é que o público atendido de maneira mais efetiva pelas cooperativas pesquisadas tem faixa-etária elevada, sendo na grande maioria agricultores, aposentados e médicos.

Os números comprovam tal impressão, do total de 82 entrevistados, 47,6% está na faixa etária de 21 à 45 anos, 28% de 46 à 60 anos, 22% possuem mais que 60 anos e apenas 2,4%, menos que 20. Ou seja, mais de 50% destes associados possuem, no mínimo, 46 anos.

Outro desafio refere-se à parcela do mercado conquistada até aqui pelo cooperativismo de crédito, em um mercado que, apesar dos benefícios apresentados pelo cooperativismo de crédito, ainda é dominado pelos bancos comerciais. Na pesquisa aplicada neste estudo, mais especificamente, na questão aberta aos comentários dos cooperados, houve uma colocação bastante interessante de um dos associados, neste sentido: “A participação do cidadão é muito pequena nas cooperativas de crédito no Brasil se comparado com países mais adiantados neste quesito como Alemanha, Canadá, onde se aproxima a 40% a participação das cooperativas de crédito mercado financeiro, nós mal alcançamos 5%”.

Fica claro aqui, a necessidade do cooperativismo de crédito conquistar mercado através da promoção de seus serviços, do apoio governamental e do entendimento de todos, de que sim, o cooperativismo é um negócio seguro. Outros ramos do cooperativismo como o da saúde e do agronegócio (como já exposto neste trabalho), conseguiram isso e possuem, atualmente, participação expressiva em suas áreas de atuação.

### 4.3 ENTENDIMENTO DOS ASSOCIADOS SOBRE A SUA PARTICIPAÇÃO, RESPONSABILIDADES, DIREITOS E DEVERES COMO COOPERADO

O Quadro 3 aponta os aspectos, negativos e positivos, identificados quanto ao entendimento dos associados sobre a sua participação, responsabilidades, direitos e deveres como cooperado.

**Quadro 3 – Pontos fortes x Pontos fracos**

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Confiança/transparência entre as partes	Percentual de cooperados que conhecem os Princípios do Cooperativismo
Canais de comunicação existentes	Percentual de cooperados que conhecem o Estatuto e os regulamentos internos
Desejo dos cooperados em aumentar a sua participação na cooperativa	Nível de participação dos associados em assembleias e em outros momentos
	Nível/Qualidade da informação repassada na entrada de cada cooperado na cooperativa

Fonte: Elaborado pelo autor.

E após, com a exposição dos argumentos e dados que sustentam estas conclusões, tanto daqueles considerados “Pontos fortes” como dos entendidos como “Pontos fracos”.

#### 4.3.1 Pontos fortes

Ao questionar os cooperados sobre o entendimento de cada um a respeito da sua participação na cooperativa, o presente estudo identificou alguns pontos positivos, que demonstram que o tema não passa batido pela gestão das empresas pesquisadas, foram eles: Confiança/transparência entre as partes, canais de comunicação existentes e desejo dos cooperados em aumentar a sua participação na cooperativa.

O primeiro destes pontos a ser explorado é a “Confiança/transparência entre as partes”. A pesquisa apontou um alto grau de confiança dos cooperados no desempenho da cooperativa, sendo este inclusive, um dos benefícios do cooperativismo apontados pelo estudo.

Alguns números da pesquisa ajudam a confirmar esta tese, 60,98% dos entrevistados, por exemplo, avaliaram como ótima a confiança nos produtos e serviços da cooperativa, apenas

13,41% dos entrevistados citaram “Falhas de comunicação/Transparência” como algo que poderia desmotivar a permanecer na cooperativa e, por fim, houve um comentário citando a “confiança da cooperativa no cooperado” como um benefício que lhe incentiva a fazer parte da cooperativa.

Outro fator fundamental para potencializar a participação do associado na cooperativa e, que lhe ajuda a entender melhor seu papel na mesma, são os meios de comunicação (jornais, revistas, sites, entre outros) que a cooperativa utiliza para manter os seus associados por dentro dos assuntos da empresa. Neste aspecto, a pesquisa revelou um percentual de 78% de respondentes que consideram que sua cooperativa oferece meios de comunicação que são satisfatórios, já para os outros 22% as formas de comunicação utilizadas não são satisfatórias.

Isto demonstra que existe a preocupação das cooperativas neste sentido, sendo que boa parte dos associados entrevistados, considera estar bem informado sobre os principais acontecimentos da sua cooperativa.

O terceiro e último aspecto trazido como positivo pela pesquisa, é o fato de boa parte do quadro social que respondeu o questionário, entender a importância e a necessidade de se informar sobre os assuntos da cooperativa e aumentar a sua participação em assembleias, por exemplo. O principal argumento para tal afirmativa foi o número de 70,7% dos participantes do estudo, que disseram ter a intenção de participar mais efetivamente das assembleias, reuniões e outros momentos da sua cooperativa.

**Figura 5 – Questão 16**



Os pontos fortes citados aqui devem ser reconhecidos como bons exemplos pelas cooperativas, do que os cooperados esperam e de quais caminhos devem ser seguidos para melhorar o entendimento de cada um deles, sobre sua participação na cooperativa.

#### 4.3.2 Pontos fracos

Contudo, apesar dos aspectos positivos citados no item anterior, verificou-se também a partir das respostas dos associados, pontos fracos em relação ao tema entendimento dos associados sobre a sua participação, responsabilidades, direitos e deveres como cooperado.

A primeira análise a ser feita é quanto ao conhecimento dos associados sobre os Princípios do Cooperativismo. Como já inferido anteriormente no referencial teórico, tais princípios constituem a base de todo este sistema, estes valores e ideais norteiam toda atuação das cooperativas e dos associados, tudo isto, desde Rochdale. Portanto, é fundamental para todos aqueles que se cooperam o conhecimento deste conjunto de normas, porém, o que foi evidenciado na pesquisa é que muitos dos associados, simplesmente não o conhece. Mais especificamente, 42,7% dos entrevistados disse não saber do que se tratam estes princípios.

Outra questão que revelou certa falta de entendimento dos associados, foi a que questionava o nível de conhecimento quanto ao estatuto e os regulamentos (direitos e deveres) da cooperativa, onde 13,4% dos entrevistados disse não conhecer, 30,5% disse conhecer muito pouco, 39% afirmou conhecer em partes e, apenas 17,1% destes afirmam conhecer todos. Ou seja, mais de 40% dos associados admitiu não conhecer ou conhecer muito pouco sobre o estatuto e os regulamentos da cooperativa.

O que pode ajudar a explicar estes números, e que é mais um dos pontos fracos identificados, é o nível ou a qualidade da informação repassada na entrada de cada cooperado na cooperativa. A esse respeito, cabe mencionar a questão em que 52,4% dos respondentes concluíram que o estatuto e os regulamentos internos da cooperativa foram explicados de maneira rápida e breve, 12,2 % relataram que estes foram mal explicados e só para 35,4% eles foram, sim, explicados de maneira correta.

Mais um tema relativo à atuação de cada cooperado, é quanto à participação destes nas assembleias, reuniões e outros momentos da cooperativa. Aqui, a pesquisa revelou que 42,7% dos entrevistados disseram participar às vezes, outros 40,2% afirmaram nunca participar e somente 17,1% alegaram sempre participar das assembleias. Por tratar-se de um momento extremamente importante, onde a gestão democrática das cooperativas se constrói, fica notória a necessidade das cooperativas pesquisadas, de buscarem meios de entender o porquê da não participação de tantos cooperados, e criar meios para que cada vez mais associados tenham a oportunidade de participar deste momento.

Tais resultados podem servir de alerta, já que para as cooperativas, independente do ramo de atuação é fundamental, possuir quadros sociais engajados e preocupados com os assuntos da cooperativa, cabendo a estas oferecer todo o suporte necessário para que isso aconteça na prática.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo em um período de recessão e de competitividade acirrada entre as empresas, o cooperativismo permanece como uma importante solução financeira e profissional, para milhares de pessoas e organizações. Seja no setor de agronegócio, onde cooperativas tem importante papel no processamento, industrialização e exportação da produção agrícola, ou então, no setor da saúde, onde milhões de brasileiros possuem cobertura médica assegurada por cooperativas, e ainda, no setor de crédito, cada vez mais influente e representativo dentro do sistema financeiro nacional.

Inspirado por este contexto e com o intuito de aumentar o conhecimento existente sobre as práticas cooperativistas, este estudo propôs, através da análise da experiência de alguns cooperados, melhor compreender este fenômeno, isto é, entender quais os benefícios que atraem e motivam os associados, bem como, quais os aspectos a serem observados pelas cooperativas para que possam se manter competitivas em seus ramos de atuação.

Os resultados obtidos com a pesquisa reafirmaram elementos como a notada qualidade no atendimento e as inúmeras vantagens econômicas proporcionadas pelas cooperativas. Ambos os aspectos foram muito bem avaliados por grande parte do quadro social entrevistado, que considera estes dois fatores como fundamentais para a permanência na cooperativa.

Sendo possível também, levantar aspectos de certa maneira novos, como por exemplo, o sentimento geral notado quanto à superioridade da atuação das cooperativas em relação à concorrência (não cooperativas), os altos níveis de fidelidade e satisfação e, por fim, a confiança do associado no desempenho da cooperativa, ou seja, reconhecimento da boa capacidade de gestão destas organizações. E não menos importante, o estudo revelou ainda, pontos a serem observados com atenção pelas cooperativas analisadas, sobretudo, na participação mas ativa e engajada de seus cooperados.

Desta forma, a partir dos resultados listados anteriormente, com a devida identificação e explanação sobre os benefícios do cooperativismo e, com o reconhecimento das principais dificuldades dos associados e do nível de entendimento destes sobre sua participação na

cooperativa (oportunidades de melhoria), entende-se que foi atingido com êxito o objetivo proposto pelo estudo desde o início.

Tais informações/resultados possuem implicações bastante relevantes, tanto para cooperados como para as cooperativas. No que se refere aos associados, entende-se que o estudo é capaz de diminuir o desconhecimento que existe sobre o tema, mesmo entre aqueles que já são cooperados. O próprio estudo revelou que muitos deles não conhecem bem o Estatuto, os seus direitos e deveres dentro da organização e, nem mesmo, os princípios do cooperativismo, o presente estudo pode, portanto, auxiliar, seja pela parte teórica ou pelo instrumento de pesquisa, a aumentar o entendimento sobre o cooperativismo e suas principais bases, entre aqueles que já são associados ou pretendem se associar.

Já para as cooperativas, as implicações práticas do estudo estão, principalmente, em compreender de forma mais profunda o comportamento dos seus cooperados, isto é, perceber o que estes esperam quanto à atuação da empresa, bem como, o que os desmotiva a estar como cooperados. A análise destas informações é fundamental, tendo em vista que o cooperado é dono do negócio, o principal usuário dos produtos e serviços da cooperativa e em vários casos, quem administra a organização, sendo a sua opinião importantíssima para definir os rumos da cooperativa.

De maneira a potencializar os resultados atingidos por este trabalho e avançar, ainda mais, na compreensão sobre os temas ligados ao cooperativismo, sugere-se, por exemplo, a aplicação do instrumento de pesquisa a uma amostragem mais numerosa de associados, ou então, um estudo nos mesmos moldes, porém, com cooperativas de outros ramos. Pode-se ainda, em um trabalho futuro debruçar-se sobre aqueles aspectos identificados como oportunidades de melhoria por este estudo, como responsabilidade social em cooperativas, ou então, participação dos associados na cooperativa.

Conclui-se que este estudo é de grande importância, tanto para o acadêmico, com a oportunidade de investigar um modelo econômico dos mais representativos e mais desafiadores em termos de gestão, quanto para as organizações pesquisadas, através da análise do perfil de seus associados.

## REFERÊNCIAS

BENATO, João Vitorino Azolin. **O ABC do cooperativismo**. 4. ed. São Paulo: OCESP, 1997.

BONFANTI, Cristiane. **Cooperativa é como banco, mais barata e pode render dinheiro**. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/07/09/cooperativas-de-credito-vantagens-e-desvantagens.htm>>. Acesso em: 10 set. 2018.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Como organizar e administrar uma Cooperativa**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2002.

FARIAS, Cleuza Maria; GIL, Marcelo Freitas. **Curso técnico em Cooperativismo**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Técnico Industrial de Santa Maria, 2013. Apostila. Disponível em: <[estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifsul/tecnico\\_biocombustivel/cooperativismo.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifsul/tecnico_biocombustivel/cooperativismo.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2018.

FIORINI, Carlos Gustavo; ZAMPAR, Antônio Carlos. **Cooperativismo e Empreendedorismo**. São Paulo: Editora Pandorga, 2015.

GAWLAK, Albino. **Cooperativismo: Primeiras Lições**. 3. ed. Brasília: SESCOOP, 2007.

HAIR JUNIOR, F.; BLACK, W. C.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E.; TATHAN, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOLYOAKE, George Jacob. **Os 28 tecelões de Rochdale**. Porto Alegre: WS Editor, 2000.

LEWGOY, Júlia. **Cooperativas de crédito roubam a cena**. É hora de sair do seu banco? Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/cooperativas-de-credito-roubam-a-cena-e-hora-de-sair-do-seu-banco/>>. Acesso em: 09 set. 2018.

MACÊDO, Katia Barbosa; XIMENES, José Abel Alcanfôr. **Cooperativismo na era da globalização**. 1. ed. Goiânia: Cooperativa das Unimeds GO/TO, 2001.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa e elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO BRASIL. **O que é Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.ocb.org.br/como-montar-uma-cooperativa>>. Acesso em 16 abr. 2018.

PINHEIRO, Andrea Mattos; VIEIRA, Paulo Gonçalves Lins. **Cooperativismo passo a passo**. 1. ed. Curitiba: Juruá Editora, 2014.

PRADO, Aurélio. **Cooperativas de crédito melhoram a vida do brasileiro**. Disponível em: <<https://www.ocb.org.br/noticia/21149/cooperativas-de-credito-melhoram-a-vida-do-brasileiro>>. Acesso em: 15 set. 2018.

REISDORFER, Vitor Kochhann. **Curso técnico em Cooperativismo**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Técnico Industrial de Santa Maria, 2014. Apostila. Disponível em: <[http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos\\_cooperativismo/primeira\\_etapa/arte\\_introduc\\_cooperativismo.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos_cooperativismo/primeira_etapa/arte_introduc_cooperativismo.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2018.

SISTEMA OCERGS SESCOOP RS. **Expressão do Cooperativismo Gaúcho**. Porto Alegre. 6<sup>a</sup> ed. 2017. Disponível em: <<http://www.sescoopr.scoop.br/app/uploads/2017/07/sescoopr-expressao-cooperativismo-gaucha-2017.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2018.