



COOPERATIVA DE CRÉDITO: UMA ANALISE ACERCA DOS POSSÍVEIS BENEFÍCIOS DE SER ASSOCIADO

JOHN LENON BARBOSA FERREIRA
faraINnamariano@gmail.com
FAVENI

FARANA DE OLIVEIRA MARIANO
faranamariano@yahoo.com.br
FAVENI

MÔNICA DE OLIVEIRA COSTA
emporiumdasorquideas@gmail.com
FAVENI

Sabrina P. Uliana Pianzoli
coordenacaoadm@faveni.edu.br
FAVENI

WEVEN FEITOSA
wevenfeitosa@gmail.com
FAVENI

Resumo: Em uma época que as pessoas buscam cada vez mais benefícios e lucro, o cooperativismo vem crescendo cada vez mais no mundo. Dentre as várias modalidades de cooperativismo pode-se destacar as cooperativas de crédito que vem alcançando um destaque crescente no Brasil no contexto social e econômico, uma vez que tende a oferecer mais benefícios aos seus associados. Deste modo, a presente proposta visa determinar o nível de conhecimento dos associados do Sicoob acerca dos possíveis vantagens que esta cooperativa pode vir a oferecer, identificar as causas de uma possível falta de conhecimento das possíveis vantagens da cooperativa por parte dos associados e buscar alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado. Sendo assim o trabalho caracteriza-se por ser uma pesquisa descritiva de levantamento com vinculação quantitativo. A pesquisa foi realizada no município de Venda Nova do Imigrante-ES. Para a coleta de dados foram aplicados questionários aos associados do Sicoob de forma aleatória. Após a análise dos dados, verifica-se que os entrevistados não possuem tanto conhecimento sobre os benefícios que possuem e para a cooperativa isso reduz a quantidade de investimentos que poderia ser realizada por parte dos cooperados.

Palavras Chave: Cooperativa - Conhecimento - Cooperado - Vantagens -



1 INTRODUÇÃO

Em um período de grande desvalorização de mão de obra na Inglaterra, logo após a revolução industrial, com salários ruins e cargas horárias excessivas, um grupo de operários resolveu fundar uma associação de caráter assistencial, mas o projeto não foi muito bem sucedido. Tendo como base experiências passadas para buscar novas formas de superar a crise, perceberam que o trabalho conjunto era essencial para superar esta fase, então montaram uma organização formal chamada cooperativa. Vinte e oito operários, a maioria tecelões, juntaram-se e com o pouco que tinham, um total de 28 libras, abriram um pequeno armazém em 1.844 (SICOOBCREDIFOR, 2017).

Naquele momento, aquelas pessoas mudavam os padrões econômicos da época e davam origem ao movimento cooperativista. No início, foram alvo de muitas críticas e ironias por parte dos comerciantes locais. No entanto, logo no primeiro ano de funcionamento da sociedade, o seu capital aumentou para 180 libras. Cerca de dez anos mais tarde, o “Armazém de Rachdale” já contava com 1.400 cooperantes. Com isso, o sucesso do empreendimento passou a ser um exemplo para outros grupos (PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO, 2017).

As cooperativas no Brasil tiveram início no final do século XIX estimuladas por alguns setores. Esse processo se iniciou em áreas urbanas na cidade de Ouro Preto – MG, em 1889 e depois se espalhou para outras cidades. Mas foi apenas em 1902 que surgiu a cooperativa de crédito no município de Nova Petrópolis (RS) e a partir daí se obteve uma evolução gradativa (GIACOMOLLI, 2009).

Hoje, em uma era tão globalizada em que as pessoas buscam cada vez mais uma oferta de crédito ou uma melhor maneira para aplicar ou investir o seu dinheiro, vemos um forte impacto das cooperativas de créditos nesse meio (GIACOMOLLI, 2009).

Dentre as várias modalidades de cooperativas, pode-se destacar as cooperativas de crédito. Compreendem-se tais cooperativas como uma sociedade de natureza civil formada por no mínimo vinte pessoas, de forma democrática e com objetivos econômicos e sociais comuns. Essas instituições são reguladas pela lei 5.764 de 16 de dezembro de 1971, que define a política nacional de cooperativismo sem fins lucrativos e o ato próprio de uma cooperativa de crédito é a capacitação de recursos, realização de empréstimo aos associados e melhores condições de financiamento (OCB, 2017).

Com números cada vez maiores de cooperativas registradas, cerca de 6 mil na organização das cooperativas do Brasil, agregam cerca de 11 milhões de associados (OCB, 2017).

Diante do contexto, surgiu o seguinte questionamento: os associados da cooperativa Sicoob de Venda Nova do Imigrante conhecem suas possíveis vantagens e o que essa possível falta de conhecimento acarreta para a cooperativa?

Com isso busca-se estabelecer o conhecimento dos associados sobre os benefícios que uma cooperativa de crédito lhes proporciona, identificar as causas de uma possível falta de conhecimento dos benefícios das cooperativas por parte dos associados e buscar alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado.

A relevância dessa pesquisa se dá pelo fato das inúmeras vantagens que uma cooperativa de crédito pode oferecer a quem lhe é associado.

Acredita-se que são poucos os associados que realmente conhecem tais utilidades. Deste modo, entende-se que se os associados souberem de seus benefícios eles investiriam mais, o que potencializaria seus ganhos – assim como da própria cooperativa. Consequentemente, teria uma maior participação nos lucros, podendo ter taxas de juros cada vez melhores, e mais rentabilidade em seus financiamentos.



Sabe-se que a relação entre cooperativas de crédito e desenvolvimento local está associado ao fato delas facilitarem acesso ao crédito, geração de renda e de emprego para a comunidade local, ao concederem crédito, aplicação de ativos, podem contribuir para o aumento do consumo na região, fazendo com que a roda da economia gire (MACEDO, PINHEIRO, SILVA, 2010, p. 2).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INICIO DAS COOPERATIVAS

O homem coopera entre si há muito tempo. O cooperativismo moderno, no entanto, é mais jovem, que sendo hoje é conhecido como cooperativas. A primeira surgiu na cidade inglesa de Rochdale em 1844 (PINHEIRO, 2006, p.25).

Em Rochdale, na Inglaterra, em uma cidade tomada pelo desemprego e por trabalhos com cargas horárias abusiva, com cerca de 24.421 habitantes, em 1844 na cidade 27 tecelões se juntaram e fundaram a cooperativa de consumo na cidade, usando seus conhecimentos e experiência administrativas, com admirável capacidade de sobrevivência (CARNEIRO, 1981).

Segundo Pinho (1982, p.32), “o programa inicial dos Pioneiros de Rochdale tinha como meta: Abrir um armazém para venda de gêneros alimentícios, vestuários etc.”.

De acordo com Pinho (1977, pág.3), os 'Princípios de Rochdale' ratificados no Congresso da Aliança Cooperativa Internacional - ACI, realizado em Viena em 1966, são: adesão Livre, gestão Democrática, distribuição das Sobras, juros Limitados ao Capital, educação dos cooperados e do público geral, ativa Cooperação entre Cooperativas.

Para Pecar (1981, pág.7), “o cooperativismo é um sistema econômico com conteúdo social”. “O cooperativismo nasceu da crise social gerada pelo capitalismo, não da ideologia capitalista, sendo que as ideias cooperativistas inspiram-se na corrente liberal” (PEREIRA, 1993).

O cooperativismo no Brasil teve sua evolução no início da colonização portuguesa. Emergiu no século XX, quando começaram a surgir algumas cooperativas em modelos trazidos por imigrantes italianos, que tinham conhecimento do sucesso de associações de crédito cooperativo para pequenos agricultores (PINHO, 2004).

A crise de 1929 atingiu como grande vítima a cafeicultura, que conseguiu encontrar no cooperativismo as condições de defesa, tanto no mercado interno, como no internacional, de onde convergiam seus problemas mais relevantes. Foi a partir desta época que as cooperativas agrícolas tomaram grande impulso no Brasil (DURLO; CARLESSO, 2005).

A partir daquela iniciativa surgiram inúmeras outras cooperativas da espécie que, diante do foco eminentemente rural, eram subordinadas ao Ministério da Agricultura (SOARES, SOBRINHO, 2008, p. 70).

O início das cooperativas no Espírito Santo foi entre 1930 e 1940 e eram cooperativas no meio rural, uma de consumo e a outra agrária (OCB, 2017).

A partir dos anos 60 as cooperativas tiveram um grande impulso no seu crescimento, principalmente no meio rural em virtude desta situação geográfica do estado. Nesse período, por falta de treinamento nas áreas administrativas surgiram várias cooperativas agrárias com treinamento (OCB, 2017).

Conjuntamente, a economia rural representava mais de 60 % de toda a renda bruta no estado. Fato que atraiu imigrantes europeus e fortaleceu a tendência cooperativista com a experiência destes. Mas as cooperativas de crédito mútuo em 1961 estimulados pela FELEME (Federação Leste Meridional das Cooperativas de Economia e Crédito Mútuo) que operavam



em âmbito nacional e foram desmembradas em várias federações estaduais que hoje possuem várias cooperativas e duas centrais de créditos rurais e mútua (OCB, 2017).

2.2 COOPERATIVISMO/COOPERATIVA DE CRÉDITO

Uma cooperativa se diferencia de outros tipos de associações de pessoas por seu caráter essencialmente econômico (SEBRAE, 2014, p. 11).

“As Cooperativas de crédito são sociedades de pessoas, constituídas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados, na forma de ajuda mútua, baseada em valores como igualdade, equidade, solidariedade, democracia e responsabilidade social. Além de prestação de serviços comuns, visam diminuir desigualdades sociais, facilitar o acesso aos serviços financeiros, difundir o espírito de cooperação e estimular a união de todos em prol do bem-estar comum (PAGNUSSATT, 2004 p.13)”.

A sua finalidade é colocar os produtos e serviços de seus cooperados no mercado, em condições mais vantajosas do que eles teriam isoladamente. Desse modo, a cooperativa pode ser entendida como uma “empresa” que presta serviços aos seus cooperados (SEBRAE, 2014, p. 11).

2.3 QUANTO À EVOLUÇÃO DAS LEIS QUE REGEM AS COOPERATIVAS

A cooperação sempre existiu nas sociedades humanas desde as eras mais remotas. Menos evoluído, menos agressivo, mas sempre como a resultante de necessidades imperiosas de sobrevivência (REISDORFER, 2014, p. 25).

A lei nº 8.401 de 1945 revoga o decreto nº 5.893 de 19 de outubro de 1943 e a lei nº 6.274 de 14 de fevereiro de 1944 regularizando assim a lei nº 581 de 1º de agosto de 1938 e a lei nº 22.239 de 19 de dezembro de 1932 (BRASIL, 1945).

O decreto nº 60. 597 de 19 de abril de 1967 regulamentou o decreto nº 59 de 21 de novembro de 1966, que define as cooperativas como sociedade de pessoa jurídica de natureza civil sem fins lucrativos (BRASIL, 1967).

Porem em 1969 houve a criação da OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras) sociedade civil sem fins lucrativos (SABER COOPERAR, 2013, p.12).

Para a regulamentação das cooperativas brasileiras, o Governo Federal criou a Lei nº 5.764, de 1971 (PRESIDENTE DA REPÚBLICA, 1971). Esta lei instituiu o regime jurídico das cooperativas, que são consideradas sociedades de pessoas de natureza civil, com forma jurídica própria, não sujeitas à falência, constituídas para prestar serviços aos associados.

Os objetivos sociais de cooperativa são: cooperativas sociais; cooperativas habitacionais; cooperativas de trabalho; cooperativas de crédito; cooperativas de consumo cooperativas de produtores (Lei no 5.764, de 1971, artigos 14 e 15).

Antoniali (2000, p. 136) menciona que, em sua essência, a “cooperativa é uma associação de pessoas, em bases democráticas, que se unem com objetivo de atender a certas necessidades econômicas fundamentais”.

Em 1998, foi criada a SESCOOP (serviço nacional de aprendizagem do cooperativismo) pela medida provisória nº 1.715 que é responsável pela educação cooperativa que por sua vez atribui três focos, formação profissional, promoção social e monitora as cooperativas (SABER COOPERAR, 2013).

Após 7 anos como o sucesso da SESCOOP se criou o terceiro órgão de um sistema tão bem sucedido o CNCOOP (Confederação Nacional das Cooperativas), o maior órgão de representação sindical patronal que defende os direitos individual ou coletivo da categoria (SABER COOPERAR, 2013).



2.4 A IMPORTÂNCIA DO COOPERATIVISMO E DAS COOPERATIVAS PARA O BRASIL E O MUNDO

A Aliança cooperativa internacional tem a função de fiscalizar e defender os princípios cooperativistas com sede em Bruxelas na Bélgica e se organiza através de quatro sedes continentais, América, Europa, Ásia e África (PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO, 2017).

Atualmente no Brasil existem 6.603mil cooperativas registradas na OCB que agrega 11 milhões de associados e 171 mil colaboradores (SEBRAE, 2016).

3 METODOLOGIA

A metodologia científica é o estudo dos métodos e das formas para elaboração de uma pesquisa, tal conhecimento dos métodos ajuda na elaboração de trabalhos científicos. Esta prática tem relevância, pois mostra ao aluno, que a metodologia aborda as regras para produção científica, auxiliando estes acadêmicos na compreensão da natureza e objetivos, para auxiliar na produtividade e qualidade do trabalho (LISTON, SILVA, 2017).

“Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo conhecimentos válidos e verdadeiros traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista” (MARCONI; LAKATOS, 2003.p. 83).

O objetivo deste trabalho é estabelecer o conhecimento dos associados sobre as vantagens que uma cooperativa de crédito lhes proporciona, identificar as causas de uma possível falta de conhecimento das possíveis vantagens das cooperativas por parte dos associados e sugerir alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado.

Sendo assim, o trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva, onde, segundo Cervo e Bervian (2007) procura observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos (variáveis) sem que estes sejam manipulados. Sendo assim, busca-se descobrir, com precisão, a frequência com que um fenômeno ocorre, assim como a sua relação e conexão com outros, considerando sua natureza e suas características.

O trabalho buscou descrever se os cooperados têm conhecimento sobre os benefícios oferecidos pela cooperativa de crédito de Venda Nova do Imigrante-ES.

Deste modo os dados foram coletados por meio de questionário, que de acordo Prodanov e Freitas (2013, p. 52) “tal pesquisa observa, registra, analisa e ordena os dados, sem manipula-los isto e, sem interferência do pesquisador. Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causa e relações com outros dados”. Deste modo, foi realizada, em campo, uma pesquisa descritiva de levantamento de dados de caráter quantitativo, através de um estudo de caso.

De acordo com Yin (2015, p.17) “estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo (o caso) em profundidade e em seu contexto de mundo real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes”.

Com vista a isso o que se pretende investigar se refere à relação estabelecida entre os associados e a cooperativa de crédito Sicoob, associação autônoma que visa satisfazer necessidades culturais, econômicas e sociais de seus associados, gerida de forma coletiva e democrática e que, presta os mesmos serviços de um banco, localizada em Venda Nova do Imigrante - ES.

Para isso, foi aplicado um questionário à 30 associados que possui conta nessa Cooperativa de Crédito Sicoob, que conta com 5541 associados no município de venda nova do imigrante, sendo 3147 no bairro são Pedro e 2394 no bairro vila Betânia, o questionário foi composto por 16 perguntas. Este método se refere a uma “técnica de coleta de dados através

de uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito, sem a presença do entrevistador” (FERRÃO e FERRÃO,2012 p.105).

Os dados coletados na pesquisa serão codificados e tabulados, sendo calculados os percentuais de respostas em relação ao total. Foram elaborados gráficos para melhor compreensão e apresentação dos resultados configurando uma pesquisa quantitativa.

“A pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coletas de informação, quanto no tratamento dela por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, as mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.” (RICHARDSON, 1999, P. 70).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao analisarem-se os dados busca-se estabelecer o nível de conhecimento dos associados sobre os benefícios que uma cooperativa de crédito lhes proporciona, identificar as causas de uma possível falta de conhecimento dos benefícios das cooperativas por parte dos associados e buscar alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado.

Os dados foram obtidos através da aplicação de questionário a 28 associados que possuem conta na cooperativa de crédito Sicoob, composto por 16 perguntas, no município de venda nova do imigrante- ES.

Tabela 1: nível de instrução dos entrevistados.

Nível de Instrução	Frequência	Frequência Relativa
Ensino Fundamental	02	7,14%
Ensino Médio	10	35,71%
Curso técnico	00	0%
Ensino superior	16	57,14%

Fonte: elaborado pelo autor.

Conforme a tabela 01 nota-se que 57,14 % dos entrevistados possuem ensino superior e apenas 7,14 % possui ensino fundamental e relevantes 35,71 % possuem ensino médio. Pode-se analisar assim que grande parte dos associados têm um alto grau de instrução, portanto entende-se que a um conhecimento mais amplo desses indivíduos.

Torna-se, assim, crescente a preocupação, tanto das instituições formadoras com as utilizadoras de elementos por elas formados, refletir no campo da educação fatores específicos dos estudantes comprometidos em qualquer área. (Porfirio et al. 1992, p. 190).

Tabela 2: Há quanto tempo possui a conta

Tempo de conta	Frequência	Frequência Relativa
0 a 5 meses	03	10,71%
6 meses a 1 ano	04	14,28%
1 a 2 anos	07	25%
Mais de dois anos	14	50%

Fonte: elaborado pelo autor.

Na tabela 2, observa-se que 10,71 % estão entrevistados há menos de 5 meses, enquanto 50% está há mais de 2 anos. Supõe-se que quem possui conta há mais tempo tem um conhecimento maior do trabalho e dos serviços que a cooperativa presta, em contrapartida nota-se que 25% possuem conta entre 1 a 2 anos promovendo um tempo hábil para conhecimento dos benefícios e serviços.

Não podemos ignorar a importância do crédito como impulsionador das atividades produtivas. Em alguns países a disponibilidade de crédito para seus agentes econômicos são superiores ao volume de bens e serviços produzidos, em um círculo de produção e consumo,

que sem muito esforço do legislativo, que impulsiona a geração de emprego e renda (SOARES, SOBRINHO, 2008, p. 45).

Tabela 3: Possui conta(s) em outros bancos

Conta(s) em outros bancos	Frequência	Frequência Relativa
Não	06	21,43%
Caixa	08	28,57%
Bradesco	04	14,28%
Banestes	06	21,43%
Banco do Brasil	03	10,71%
Outro	01	3,57%

Fonte: elaborado pelo autor.

Na tabela 03, o percentual de 21,43 % dos entrevistados destaca-se pelo fato de não possuírem conta em outros bancos, enquanto o restante, além de associados ao Sicoob, possuem contas em outros bancos. Destacam-se caixa com 28,57%, Banestes com 21,43 %, e Bradesco com 14, 28%. Nota-se que os 21,43% que só possuem conta no Sicoob estão satisfeitos com os serviços e benefícios oferecidos enquanto o restante procura outras agências para distribuir seus recursos.

Os bancos, de um modo geral, buscam identificar novas oportunidades de negócio, Alguns procuram identificar oportunidades por meio da aplicação de tecnologia de forma direta no seu negócio, enquanto outros procuram também oportunidades de diversificação (ALBERTIN, 1999).

Tabela 4: Quais os benefícios que o levaram a abertura da conta

Benefícios para abertura da conta	Frequência	Frequência Relativa
Por causa do Financiamento de (Móveis e Eletrodomésticos, Máquinas e Equipamentos, Material de Construção, ou Veículos)	03	10,71%
Por causa dos Investimentos como (Poupança, e investimentos a longo prazo)	05	17,86%
Fácil acesso pelo computador ou pelo celular pelo aplicativo Sicoob	03	10,71%
Liberação para uso no exterior	00	0,0%
Anuidade e juros mais baixos (além de oferecer cartões com diversos benefícios, as Cooperativas do Sicoob praticam anuidades e juros menores em comparação ao mercado)	08	28,57%
Dois limites de crédito (Para garantir maior poder de compra, o portador do cartão Sicoobcard conta com dois limites: um para compras à vista e outro para compras parceladas e conta poupança investimento e internacional tudo em um só cartão)	03	10,72%
Participação nos resultados (Ao final de cada ano, parte da receita gerada com o negócio cartão volta para o associado).	06	21,43%
Outros	00	0,0%

Fonte: elaborado pelo autor

Observa-se que na tabela 4, que apenas 10,71%% dos entrevistados marcaram com benefício o item, Por causa do Financiamento de (Móveis e Eletrodomésticos, Máquinas e Equipamentos, Material de Construção, ou Veículos), e outros 28,57% marcaram a opção, anuidade e juros mais baixos (além de oferecer cartões com diversos benefícios, as Cooperativas do Sicoob praticam anuidades e juros menores em comparação ao mercado).

Nota-se ainda que 21,43% dos entrevistados marcaram participação nos resultados (Ao final de cada ano, parte da receita gerada com o negócio cartão volta para o associado).

Percebe-se na tabela como um todo que os entrevistados entram na cooperativa com benefícios e necessidades específicas.

Uma das finalidades principal de uma cooperativa tradicional é a melhoria da condição econômico-social de seus associados (SILVA, 1994).

Bialoskorski Neto (2001) Um dos objetivos de uma cooperativa é a prestação de serviços a seus associados, ou seja, o objetivo é trabalho, e não obtenção de lucro.

Tabela 5: Que meios utiliza para conhecer seus benefícios

Meios para conhecer os benefícios	Frequência	Frequência Relativa
Internet	19	67,86%
Na cooperativa	09	32,14%
Caixa eletrônico	00	0%
Através do aplicativo	00	0%
Outros	00	0%

Fonte: elaborado pelo autor.

Percebe-se, na tabela 5, que internet representa 67,86% como principais meios utilizados para conhecimento dos benefícios e, sendo 32,14% desse conhecimento vindo através da cooperativa. Ao contrário, caixa eletrônico e aplicativo, usados de maneira individual somam 0,0% pois está vinculados a internet não possuindo uma representatividade. Nota-se que usando os meios para conhecer os benefícios de forma conjunta alguns entre eles tem um grau de significância maior do que individualmente.

Embora inicialmente a Internet e o uso de redes de comunicações tenham sido recebidos com ceticismo, e notável seu crescimento acelerado e que ela possa ser utilizada estrategicamente pelas organizações (BALARINE, 2002).

Tabela 6: Se você desconhece seus benefícios, quais os motivos.

Motivos por desconhecer os benefícios	Frequência	Frequência Relativa
Falta de interesse	07	25%
Falta de tempo	12	42,86%
Não tem acesso a internet	00	0%
Pouca informação da cooperativa	00	0%
Outros	00	0%
Não responderam	09	32,14%

Fonte: elaborado pelo autor.

Identifica-se na tabela 6, pôde-se constatar que 42,86 % levantaram a falta de tempo como principal motivo para justificar a falta de desconhecimento em relação aos benefícios da cooperativa. Nota-se também que, 25% marcaram a falta de interesse pessoal. 32,14 % não opinaram por conhecerem estes benefícios.

Neste item, observa-se que estes 67,86%, que são a grande maioria, não responsabilizam a cooperativa, mas a si próprios pela falta de conhecimento, e 32,14% não responderam pelo fato de conhecerem os benefícios, isso demonstra que muitos não tem interesse de uma forma geral, pois falta de tempo não é um motivo que atrapalharia a esse ponto pois 32,14% não responderam por conhecerem seus benefícios.

A cooperativa de crédito tem características diferentes dos bancos e elas são tratadas com uma forma especial pelo banco central, muitas das normas que são aplicadas nos bancos também são aplicadas nas cooperativas. E também temos o ponto de vista dos clientes, e a comparação com os serviços que são prestados nos bancos em relação à cooperativa (DIEL, 2014).

Tabela 7: Com que frequência a cooperativa te informa sobre benefícios

Frequência de informações sobre benefícios	Frequência	Frequência Relativa
Nunca	01	3,57%
Raramente	11	39,28%
Frequentemente	14	50%
Sempre	02	7,14%

Fonte: elaborado pelo autor.

Na tabela 7, nota-se que frequentemente 50% dos associados recebem informações dos seus benefícios da cooperativa percebe-se também que 39,28% % indicam que raramente recebem estas informações, e 3,57% afirmam nunca receberem informações.

Nota-se que 42,85 dos entrevistados dizem receber informações raramente ou nunca deixando assim um viés bem grande de falta de informação por parte da cooperativa, pois só 57,14% afirmam frequentemente ou sempre ser informado pela cooperativa sobre promoções e benefícios com isso esses que não tem um grau melhor de informação não investem tanto quanto os outros.

A Tecnologia da Informação (TI) consolida-se cada vez mais como inerente ao gerenciamento das organizações em diferentes setores, relacionando-se tanto com a eficiência interna das organizações, como com a articulação com os agentes externos (SILVA;JESUS, 2007.p 319).

Tabela 8: Que meios ela utiliza para informar essas promoções

Meios para informar promoções	Frequência	Frequência Relativa
Internet	15	53,57%
Panfletos	00	0%
Funcionário	13	46,43%
Outros	00	0%

Fonte: elaborado pelo autor.

Na tabela 8, observa-se que 53,57% dos entrevistados pesquisam informações sobre benefícios e promoções pela internet, e outros 46,43% obtêm essas informações através dos colaboradores da cooperativa, nota-se que mesmo grande parte dos entrevistados terem acesso à internet ainda sim procuram os colaboradores da cooperativa para obter informações

Podemos notar que as informações são distribuídas com mais força por dois meios específico, deixando assim outros meios com pouca visibilidade.

Tabela 9: Com que frequência você faz investimentos na cooperativa, Exceto a tarifa mínima.

Frequência de investimentos na cooperativa	Frequência	Frequência Relativa
Nunca	04	14,28%
Raramente	05	17,86%
Frequentemente	19	67,86%
Sempre	00	0%

Fonte: elaborado pelo autor.

Nota-se na tabela 9 que 67,86% frequentemente fazem investimentos na cooperativa, em contrapartida observa-se que 17,86% raramente investem, e outros 14,28% nunca fazem investimentos algum.

Observa-se que a uma grande parte tem um grau bem alto de investimento mesmo não tendo informação com grande frequência, e outra parte bem expressiva raramente investe mesmo assim não deixando de investir, e 14,28% afirma nunca investir nada assim a uma parte bem expressiva que investiria mais se tivesse mais informação ou atenção por parte da cooperativa.



A sociedade passa por transformações constantes de cunho social, político e econômico em função do processo de globalização em que estamos inseridos. Com isso, surge cada vez mais a necessidade da sociedade se organizar para fortalecer-se, visando maior competitividade e conseqüentemente proporcionar o crescimento econômico e social das comunidades (ETGETO et al.,2005, p. 8).

Tabela 10: Qual diferencial você encontra na cooperativa

Diferencial encontrado na cooperativa	Frequência	Frequência Relativa
Qualidade no serviço	04	14,28%
Benefícios da conta	05	17,86%
Atendimento diferenciado	06	21,43%
Serviços prestados	02	7,14%
Boa localização	00	0%
Todos os itens acima	11	39,28%
Nenhum	00	0%
Outros. Qual?	00	0%

Fonte: elaborado pelo auto

Nota-se na tabela 10 que 21,43% dos entrevistados colocam como diferencial encontrado na cooperativa, itens como, Atendimento diferenciado, observa-se também que 39,28% destacam todos os itens como diferencial encontrado e 14,28 % que destaca apenas Qualidade no serviço, nota-se que 17,86% encontra Benefícios da conta identifica-se que boa parte dos associados usufrui de todo o diferencial encontrado mais uma parte mais expressiva utiliza diferenciais específicos.

Observa-se que parte significativa dos entrevistados encontra todos os diferenciais a cima em suas respectivas cooperativas, em contra partida 60,72% só encontra diferenciais específicos.

Segundo Barrionuevo (2004) apud Scaramusa et al, é crucial conhecer os clientes, suas necessidades, em que momento irão precisar e quais são seus interesses e necessidades.

Serviço pode ser definido como qualquer desempenho ou ação, que seja intangível, em que uma parte oferece a outras, mas que não resulta na propriedade de nada, sendo ainda que a sua execução pode estar ou não relacionada a um produto ou bem concreto (KOTLER, 2005).

Tabela 11: Que meios você acredita que a cooperativa Sicoob poderia utilizar para melhorar a comunicação com seus associados

Meios para melhorar a comunicação com seus associados	Frequência	Frequência Relativa
E-mails	05	17,86%
Cartilhas	00	0,0%
Ligações e mensagens de textos	06	21,43%
Reuniões com mais frequência	16	57,14%
Outros	01	3,57%

Fonte: elaborado pelo autor.

Na tabela 12, observa-se que 57,14%dos entrevistados acreditam que para estreitar mais a relação cooperativa associado deveria haver Reuniões para associados com mais frequência, e 21,43% acredita que com mais Ligações e mensagens de textos melhoraria essa comunicação, e 17,86% acreditam que e-mail melhoraria essa relação.

Nota-se ao analisar a tabela que muito dos entrevistados indicam que as reuniões são meios muito mais eficazes para estreitar os laços entre cooperativa e associado e pra dar mais força a esse mecanismo entraria e-mail e ligações. Nota-se também que cartilhas tiveram 0,0% de voto mostrando que e um meio não tão eficaz para estreitar estes laços.



Observa-se também que com um percentual de 71,43% na tabela 13 que só às vezes participam das assembleias e notório que queiram reuniões com mais frequência, pois a um viés de informação que não conseguem acompanhar. Com isso e-mail e ligações além de estreitar os laços melhorariam essa comunicação.

As Cooperativas devem acompanhar os avanços tecnológicos e operacionais, preservar seus valores e atender as necessidades dos seus associados. É de extrema importância cada vez mais ampliar suas bases de atendimento e clientes (WARTHA,2012,p.10).

Tabela 12: Você possui conhecimento dos princípios da cooperativa

Conhecimento dos princípios da cooperativa	Frequência	Frequência Relativa
Nenhum	02	7,14%
Pouco	15	53,57%
Moderado	11	32,28%
Muito	00	0,0%

Fonte: elaborado pelo autor

Nota-se na tabela 12, que 53,57% dos entrevistados tem pouco conhecimento dos princípios da cooperativa, e 32,28% possuem um conhecimento moderado, e que 7,14% não possuem conhecimento nenhum sobre os princípios.

Observa-se que os associados com pouco conhecimento e conhecimento moderado possuem valores significativos, e com nenhum conhecimento tem o valor relevante se analisarmos que não tem conhecimento nenhum.

Talvez a ideia dos princípios esteja para alguns longe da realidade, mas para outros seria o desafio de buscar, mesmo com dificuldades, a sua incorporação na sociedade brasileira, agregando a eles a evolução do pensamento social para melhorar a organização da sociedade (BRAGA et al., 2002, p.14).

Tabela 13: Com que frequência Participa das assembleias

Participação nas assembleias	Frequência	Frequência Relativa
Nunca	02	7,14%
Às vezes	20	71,43%
Sempre	06	21,43%

Fonte: elaborado pelo autor

Na tabela 13, nota-se que 71,43% dos entrevistados às vezes participa das assembleias, e 21,43% dizem que sempre participam, e apenas 7,14% nunca participa.

Observa-se que a maioria dos associados às vezes participam das assembleia se uma parte significativa sempre participa e uma minoria nunca vai e acaba não sendo informado dos resultados do ano

Com fato das organizações cooperativas não se sustentarem sem as transações realizadas pelos membros cooperados, há uma necessidade de fidelidade dos membros em suas transações com a cooperativa. E assim vem a assimetria de informações promovendo confiança e interação cooperativas, para que esse mecanismo funcione os gestores devem valorizar a gestão da informação para reduzir a assimetria de informação entre cooperativa e associado, como assembleias dos sócios, os comitês de representação, os informativos internos ou canais virtuais de comunicação (BERTOLIN, et al., 2008).

Tabela 14: De que forma a cooperativa pode buscar alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado

Alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado	Frequência	Frequência Relativa
Estreitando mais a relação associado e cooperativa	15	53,57%

Tratamento igualitário independente de seus investimentos	05	17,86%
Praticar taxas próximas as que são oferecidas para os produtores para pessoas físicas também	08	28,57%

Fonte: elaborado pelo autor

Na tabela 14, observa-se que 53,57% dos entrevistados indica que para melhorar a relação em cooperativa e associado teria que estreitando mais a relação entre os dois, e 17,86% indica que deveria ser Tratamento igualitário independente de seus investimentos, observa-se também que 28,57% que praticar taxas próximas as que são praticadas para os produtores seria interessante.

Nota-se ao analisar a tabela que grande parte dos entrevistados sente falta dos laços mais estreitos pelo fato de se tratar de uma cooperativa onde você faz parte do capital financeira da mesma e parte significativa aposta em taxas mais flexíveis para que seus associados possam investir mais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tem como objetivo estabelecer o nível de conhecimento dos associados sobre as possíveis vantagens que uma cooperativa de crédito pode lhes proporcionar, identificar as causas de uma possível falta de conhecimento dessas possíveis vantagens das cooperativas por parte dos associados e buscar alternativas para melhorar a relação entre cooperativa e associado. Para isso foram aplicados questionários a 28 associados da Cooperativa de Crédito Sicoob, no município de Venda Nova do Imigrante, a fim de compreender a relação estabelecida entre ambos.

Assaf (2001, 80) classifica as cooperativas de crédito como instituições financeiras não bancárias voltadas a viabilizar créditos a seus associados, além de prestar determinados serviços.

Os dados demonstram que grande parte dos entrevistados possui escolaridade a nível superior, um total de 57,14%, que investem boa parte de sua renda no Sicoob, mais possuem conta em outros bancos cerca de 78,57% dissipando seus investimentos entre eles. Muitos buscam seus benefícios por meios como internet e colaboradores da cooperativa 100% deles e usam ainda o aplicativo, mesmo alegando que não tem muito tempo ou não se interessam em buscar essas informações com um total de 67,86%.

Os associados afirmam que existe uma boa relação entre eles e a cooperativa, mas em contra partida querem cada vez mais estreitar os laços desta vinculação cerca de 53,57%, mesmo tendo pouco ou conhecimento moderado dos princípios da cooperativa com um percentual de 92,86%.

Esta pesquisa tem sua relevância uma vez que “apesar do potencial de crescimento do segmento no Brasil e da importância que vem adquirindo, é grande o desconhecimento sobre cooperativismo de crédito em nosso país tanto por parte do público em geral, quanto por parte de conceituados autores”(PINHEIRO, 2008, p. 08).

Verificou-se que uma pequena parcela dos entrevistados conhecem boa parte dos benefícios e serviços prestados pela cooperativa e buscam abrir conta por motivos específicos, fazendo assim seus investimentos de acordo com suas necessidades e objetivos.

Muitos que desconhecem esses benefícios não culpam somente a cooperativa por falta de informações, mas colocam suas particularidades (falta de tempo e interesse) como principais causadoras dessa falta.

Os associados afirmam que existe uma boa relação entre eles e a cooperativa, mas em contra partida querem cada vez mais estreitar os laços desta vinculação.



6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERTIN, Aberto Luiz. **Comércio eletrônico: um estudo no setor bancário**. Rev. adm. Contemp. vol.3 no. 1 Curitiba Jan./Apr. 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?Pid=S1415-65551999000100004&script=sci_arttext&tlng=pt/> Acesso em: 05 jun., 2017.
- ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- ANTONIALLI, L. M. Influência da Mudança de Gestão de uma de uma Cooperativa Agropecuária. **Rac. - Revista de Administração Contemporânea** v. 4, n. 1, Jan./Abr. 2000.
- BRASIL. **lei nº 8.401**, De 19 de dez.de 1945. Brasília, Disponível em: <http://www12.senado.leg.br//...>> Acesso em:15out,2016
- BRASIL. **O decreto nº 60. 597**. De 19 de abr de 1967.Brasília, Disponível em: <http://www12.senado.leg.br//...>> Acesso em:15out,2016
- BRASIL. **a lei nº 5.764**. De 16 de dez 1971. Brasília, Disponível em: <http://www12.senado.leg.br//...>> Acesso em:15out,2016
- BRAGA, M. J.; PEREIRA, J. R.; CANÇADO, A. C., VIEIRA, N. S.; CARVALHO, D. M.; CETTO, V. M.; RIGO, A. S. **Tirando a máscara: princípios cooperativistas e autenticidade das cooperativas**. Viçosa, UFV, 2002 (Relatório Final de Pesquisa, CNPq)
- BIALOSKORSKI, S. Agronegócio cooperativo. In: BATALHA, M. (Org.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.
- BALARINE, Oscar Fernando Osorio, **Tecnologia da informação como vantagem cooperativa**, RAE-eletrônica, Volume 1, Número 1, jan-jun/2002 Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v1n1/v1n1a05...>>. Acesso em: 05,jun, 2017.
- BERTOLIN. R, V, et al. **Assimetria de Informação e Confiança em Interações Cooperativas**, RAC, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 59-81, Jan./Mar. 2008, Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n1/a04v12n1...>>. Acesso em: 05,jun, 2017.
- CARNEIRO, Palmyos P. **Cooperativismo - O princípio cooperativo e força existencial-social do trabalho** - Belo Horizonte, FUNDEC 1981.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**, 6ª ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DURLO, Avani, Rubin. CARLESSO, Stele da silva. **Revista Eletrônica de Contabilidade, o controle interno e as cooperativas**, v. 2, n. 3 (2005).Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/contabilidade/article/view/181//...>> Acesso em:21abr, 2017
- DIEL. Fernanda Camila, **Revista de gestão e organização cooperativa-rgc**. RGC - Santa Maria, RS, Nº 01, Vol. 01, 1º Sem. 2014 Disponível em <https://periodicos.ufsm.br/rgc/article/view/15407/pdf...>> Acesso em:05,jun,2017
- ETGETO, Anderson Augusto. SILVA, Cássio Gabriel Batista. VICENTE, Fabrício César. GIROTTO, Michel Willian. MIRANDA, Isabella Tamine Parra. **Os princípios do cooperativismo e as cooperativas de credito no Brasil**, Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais, v. 2, n.1, p. 7-19, jan. /jun. 2005
- ESPIRITO SANTO(Estado) Organização das Cooperativas Brasileiras. **Início das Cooperativas no Espírito Santo**. Brasília, 1972 Disponível em: <<http://novo.ocbes.coop.br//...>> Acesso em:02 ago,2016



PAGNUSSATT, Alcenor. **Guia do cooperativismo de crédito**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004. p. 13.

Portal do cooperativismo financeiro. **A Aliança das Cooperativas Internacional fundada em 1895 com função de fiscalizar os princípios cooperativos**. Disponível em: <<http://cooperativismodecredito.coop.br/...>> Acesso em: 20 out,2016.

PECAR, Samuel - **Manual de Contabilidade de Cooperativas Agropecuárias** - Israel, Centre de Estudios Cooperativos y Laboriales, 1981.

PORFIRIO, Regiane Martins, **Perfil sócio econômico cultural dos estudantes de auxiliar de enfermagens de São Paulo** – SP. Rev. bras. enferm. vol.45 no.4 Brasília Oct./Dec. 1992 Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003471671992000300007&script=sci_arttext&tlng=pt/...> Acesso em: 06 jun., 2017.

PINHO, D. B. O Cooperativismo no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2004.

PINHEIRO, Marcos Antônio Henriques. Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil- 6 ed. – Brasília: BCB, 2008. 92 p.

PINHEIRO, Marcos Antônio Henriques. **Cooperativas de Crédito: História da Evolução Normativa no Brasil**. 4 ed. Brasília: 2006. nº 66 Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/...>> Acesso em:28 set,2016.

PRADO, Aurélio. et al. **Cooperativismo de Onde Viemos Para Onde Vamos**. Revista saber cooperar, Brasília, DF, v 4, nº9, p. 10-13, mar./Abr. 2013. Disponível em: <http://www.somoscooperativismo.coop.br/...>> Acesso em: 15 set, 2016 .

RICCIARDI, Luiz: Lemos Roberto Jenkins. **Cooperativa a Empresa do Século XXI: Como os países em desenvolvimento podem chegar a desenvolvidos**. ed. LTr. Local: São Paulo,2000.

RICHARDSO, Roberto Jarry, **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

REISDORFER, Vitor, Kochhann. **Introdução ao Cooperativismo**, Santa Maria RS : Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil, 2014. Disponível em: <http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos_cooperativismo/primeira_etapa/arte_introduc_cooperativismo.pdf/> Acesso em:20 jun,2017.

SCARAMUSSA, Vinicius Balconi & et al. **Marketing de relacionamento na formação de um diferencial competitivo: o caso da cooperativa agrícola mista alfa**, RGC - Vol. 01, Nº02,2ºSem.2014,Págs.0112,Disponível em ><https://periodicos.ufsm.br/rgc/article/view/15332/pdf> Acesso em:06 jun,2017// ...> Acesso em:19jun, 2017.

SICOOB CREDIFOR. **A Primeira Cooperativa do Mundo, Rochdale na Inglaterra**. 2017. Disponível em: <<http://www.sicoobcredifor.com.br/sobre-o-sicoob-credifor/os-pioneiros-de-rochdale/>>. Acesso: 20/06/2017.

SILVA. Cristiane Rocha. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 9, n. 3, p. 319-333, 2007 Disponível em: <<http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/99/97>> Acesso em: 06 jun., 2017.



SILVA, T. N. A participação de cooperados na gestão de cooperativas de produção: uma análise da separação entre propriedade e controle. *Perspectiva Econômica*, São Leopoldo: Unisinos, v.29, n.86, jul./set. 1994.

SOARES, Marden Marques; SOBRINHO, Abelardo Duarte de Melo. **Micro finanças: O Papel do Banco Central do Brasil e a Importância do Cooperativismo de Crédito**. 2 ed. Brasília: 2008 nº202 Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/ ...](http://www.bcb.gov.br/)> Acesso em: 10 set, 2016.

SEBRAE. **O que é uma cooperativa e quais são seus ramos**. 18 de 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/...>> Acesso em: 12 set, 2016.

SEBRAE. **Os Princípios do Cooperativismo**. 19 de 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/...>> Acesso em: 22 set, 2016.

WARTHA. Patrícia Inês, **Fatores que contribuem e inibem a aquisição de produtos e serviços por parte dos associados do Sicredi da unidade de Santo Cristo – RS**, 82f (Trabalho de Conclusão de Curso)- – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, RS, 2012.

YIN, Robert k. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2015.