

A PRINCIPALIDADE EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO: ESTUDO DE CASO NA COOPERATIVA DE CRÉDITO SICOOB ECOCREDI NA CIDADE DE TRÊS COROAS / RS

Francielli Fiorin¹
Roberto Tadeu Ramos Morais²

RESUMO

Pesquisas sobre cooperativismo mostram-se crescentes nos últimos anos, com isso a cooperação está cada vez mais presente nos debates e discussões sobre alternativas para acelerar o desenvolvimento econômico e social dos países. Em algumas localidades, o cooperativismo encontra-se difundido e em plena expansão, com isso buscou-se entendimento sobre uma das principais questões dos debates no meio cooperativista: a principalidade do cooperado na utilização de produtos e serviços. Para melhor entendimento dessas questões, buscaram-se subsídios em pesquisa bibliográfica e de campo através de um estudo de caso realizado na cooperativa de crédito Sicoob Ecocredi, no ponto de atendimento da cidade de Três Coroas, RS. Conforme dados indicados pela cooperativa, esse ponto de atendimento conta com 1944 associados ativos, sendo 68% pessoa física e 32% pessoa jurídica, em que cento e trinta e dois deles entre pessoas físicas, escolhidos aleatoriamente, consentiram em participar de uma pesquisa, analisando a sua principalidade (associados que utilizam a cooperativa como principal instituição financeira) em relação à cooperativa. Para pesquisa, foi adotado como ferramenta um questionário com 20 questões fechadas, cujos conceitos serão medidos quantitativamente por meio de tratamento estatístico, o que nos assente, em curto prazo, inquirir a identificação de critérios e atributos valorizados pelos associados, bem como a necessidade de realizar ajustes e alterações nos processos internos da empresa. Os resultados da pesquisa atenderam às expectativas da cooperativa, que poderá, através deste feedback, analisar os fatores que contribuem para fortalecer o relacionamento com seus associados e, ainda, mitigar as questões que ainda não estão, em seu ponto de vista, bem desenvolvidas.

Palavras-chave: Cooperativismo. Cooperativa de crédito. Principalidade.

ABSTRACT

Surveys about cooperativism have been increasing in the past years and the term cooperation is increasingly present in debates and discussions on alternatives to accelerate the economic and social development of countries. In some localities, the co-operativism is widespread and in full expansion, thereby it was sought to understand one of the main issues of the debates in the cooperative environment: the principality of the cooperative in the use of financial products and services. For a better understanding of these issues, bibliographical and field research we conducted through a case study carried out at the credit cooperative Sicoob Ecocredi, more specifically its agency located in Três Coroas, RS. According to data indicated by the cooperative, it has 1944 active associates, being 68% private individual and

¹ Acadêmica do Curso de Graduação de Administração Geral das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara/RS. franciellif@yahoo.com.br

² Professor Doutor orientador – Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara/RS. masprm@faccat.br

32% legal entity, from which one hundred and thirty two of them among private individuals, chosen at random, consented to participate in a research, analyzing their principalality (associates that use the cooperative as the main financial institution) in relation to the cooperative. A questionnaire, with 20 closed questions was used as a tool, whose concepts will be measured quantitatively through the Likert scale, which in the short term we agreed to inquire the identification of criteria and attributes valued by the members, as well as the need to make adjustments and changes in the company's internal processes. The results of the research met the expectations of the cooperative, who could, through this feedback, analyze the factors that contribute to strengthen the relationship with its members and, still, mitigate issues that are not, in their point of view, well developed.

Keywords: cooperatives. Credit Union. Principalality.

1 INTRODUÇÃO

A cooperação está cada vez mais presente nos debates e discussões sobre alternativas para acelerar o desenvolvimento econômico e social dos países, conforme Cardoso *et al.* (2014). O cooperativismo de Crédito tem se apresentado nos últimos anos como principal alternativa ao sistema financeiro privado, apresentando a seus associados os mesmos produtos e serviços. No estado do Rio Grande do Sul, conforme a Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul – OCERGS, em 2016, o Estado do Rio Grande do Sul possuía 2,8 milhões de associados, sendo 1,9 milhão destes, associados as cooperativas de crédito.

Como tema desta pesquisa, tem-se a principalidade, e a delimitação do tema representa a Cooperativa de Crédito como principal instituição financeira dos associados da Cooperativa de Crédito de Livre Admissão e Associação Sicoob Ecocredi na cidade de Três Coroas – RS

Contudo nota-se que um número significativo de associados não utiliza a cooperativa de crédito como sua principal instituição financeira, deixando, com isso, de gerar receita e resultados à cooperativa a qual é associado.

Segundo Balzan (2015), “[...] quando um associado utiliza uma solução de outra instituição e não da sua cooperativa, seus recursos gradativamente irão migrar para esta outra instituição”. O autor ainda afirma que a cooperativa deve atender às necessidades do associado em sua totalidade, ampliando a principalidade e fazendo com que os associados considerem a cooperativa de crédito como sua principal instituição financeira.

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar a principalidade ou o comprometimento do cooperado com a cooperativa Sicoob Ecocredi na cidade de Três Coroas – RS.

O interesse por este tema baseou-se na experiência profissional da pesquisadora, em uma cooperativa de crédito, acompanhando diariamente as operações dos associados. Outro motivo é a relevância desta questão mediante o cenário atual da economia.

A fim de aprofundar esse entendimento, o presente artigo abordará, no primeiro momento, o cooperativismo, cuja conceituação é bastante variada e ampla. Buscou-se diversos autores como Zdanowicz (2007), Perius (2001), Schneider (2010), chamando a atenção sobre seus pontos fortes bem como apresentação dos números apresentados pela Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul - OCERGS. Em seguida, abordou-se sobre o cooperativismo de crédito e seus conceitos, sendo analisados sob o prisma da importância da participação de seus associados na utilização de produtos e serviços. Em um terceiro momento, discorre-se sobre a principalidade e a educação cooperativa como fatores para que o cooperado sinta-se dono do negócio e, conseqüentemente, tenha sua cooperativa de crédito como principal instituição financeira.

Este artigo analisa ainda o que estimula o cooperado a participar da cooperativa como sua principal instituição financeira, e o conhecimento do associado sobre o tema cooperativismo bem como seus deveres junto à cooperativa.

Conforme descrito acima e com o intuito de aprofundar o conhecimento neste assunto, o tema instigou o interesse da pesquisadora que visa compreender a importância da principalidade por parte dos associados nas cooperativas de crédito.

A pesquisadora acredita na viabilidade desta pesquisa por tratar-se de um assunto relevante no meio cooperativista, e por estar vivenciando e acompanhando o desenvolvimento de um plano para fidelização de associados em uma cooperativa que está diretamente ligada.

O artigo inicia com uma revisão literária que aborda o conceito de cooperativismo, cooperativismo de crédito, principalidade e educação cooperativa, seguindo pela metodologia e descrição do estudo. Por fim, analisam-se os resultados da pesquisa e apresentam-se às conclusões finais e referências utilizadas.

2 O COOPERATIVISMO E SEUS CONCEITOS

Atualmente, o desejo de colocar em movimento e de atuar efetivamente, na sociedade, tem levado milhões de pessoas às ruas em diversas partes do mundo. Pessoas com vontade de participar ativamente dos processos de tomada de decisão. Esse movimento pode ser claramente percebido em diversas áreas, não somente no universo político, Meinen e Port (2014).

No mercado financeiro não é diferente, e dentro desse cenário estão as cooperativas de crédito, que se fortalecem diariamente. Meinen e Port (2014) afirmam que estas instituições estão cada vez mais profissionalizando suas gestões, a fim de tornarem-se a principal instituição financeira dos seus associados.

A força do cooperativismo está presente em diferentes áreas, movimentando a economia mundial. De acordo com a Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul – OCERGS, em 2016, o Brasil possuía 6.760 cooperativas, com 12.942.196 associados, gerando 372.054 empregos diretos. De acordo com a OCERGS, na região sul, onde estão localizados os Estados do Rio Grande Sul, Santa Catarina e Paraná, concentram-se mais de 45% do total de associados do país.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Estado do Rio Grande do Sul possuía, em 2016, uma população estimada de 11.286.500 habitantes, sendo assim 24,83% da população gaúcha está diretamente ligada ao cooperativismo, podendo ser citado que praticamente 1 em cada quatro cidadãos residentes no Rio Grande do Sul é associado a alguma cooperativa.

A empresa cooperativa pode ser classificada como a “verdadeira escola democrática” por oportunizar a compreensão e prática dos direitos e dos deveres de cada membro do grupo social (LIMBERGER, 1996).

Conforme Pinheiro (2008), as cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, são constituídas para prestar serviços a seus associados, cujo regime jurídico, atualmente, é instituído pela Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971.

A Cooperativa pode ser conceituada como uma associação autônoma de pessoas unidas espontaneamente para satisfazer necessidades e aspirações comuns, segundo Zdanowicz (2007).

Pode-se afirmar, conforme Schneider (2010), que as cooperativas são organizações constituídas pela associação de pessoas que procuram melhores condições econômicas, sociais e culturais de vida. Sua finalidade primordial, segundo a autor, é a promoção social, econômica e cultural de seus associados e não a mera acumulação do lucro, ou do excedente.

Schneider (2010) destaca, ainda, que a cooperativa surge da solidariedade, fundando-se sobre o princípio da subsidiariedade e visando realizar o bem comum. Diferenciando-se de outras associações e organizações, seu diferencial consiste em que na sua centralidade propõe a melhoria global e integral das pessoas que a constituem, na busca da satisfação de suas necessidades materiais e humanas básicas e também a obtenção de um justo excedente.

Portanto, a cooperativa é definida como uma associação de pessoas com fins comuns, organizada economicamente e de forma democrática, com a participação livre de todos os que têm idênticas necessidades e interesses, com igualdade de direitos e deveres, para a execução de quaisquer atividades, operações e serviços, conforme a Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina – OCESC (1996).

As cooperativas são, segundo Schneider (2010), ao mesmo tempo uma associação de pessoas buscando espaço e vida digna dentro do mercado, e uma empresa que procura responder a todas as necessidades econômicas, de trabalho e de renda de seus associados de forma cada vez mais eficiente com qualidade na prestação dos seus diversos serviços.

Meinen e Port (2014) ressaltam que os dois fóruns mais relevantes para o cooperativismo mundial – a Aliança Cooperativa Internacional (ACI) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) – têm uma preocupação imediata com valores e ideais humanitários. Sendo esta a grande distinção em relação às demais iniciativas de caráter empresarial.

Sendo assim, a cooperativa surge como uma estrutura em condições de oferecer respostas, senão a todas, pelo menos a algumas das principais carências que se verificam na sociedade e na cultura de hoje: a promoção da cooperação, da interdependência, do bem comum, da democracia exercida como respeito ao outro, do espírito de autonomia e do protagonismo do cidadão, conforme Schneider (2010). Trabalhar em cooperativa significa que a riqueza gerada fica com os donos, sócios da cooperativa e na localidade onde é constituída, afirma Perius (2001).

Além disso, segundo a Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul – OCERGS, as cooperativas exercem importante papel econômico e social em suas comunidades e respectivas regiões com expressiva geração de tributos. No ano de 2016, representou R\$2,1 bilhões; destes R\$1,3 bilhão em impostos federais (PIS, Cofins, IPI, CSLL, IRPF e INSS), R\$804 milhões a nível estadual (ICMS) e R\$40 milhões em tributo municipal (ISS).

Segundo Matos e Ninaut (2007), o cooperativismo tem importância significativa na economia do Brasil, pois é um sistema capaz de alinhar o desenvolvimento humano ao sustentável, devido aos seus princípios universais de origem e evolução.

O cooperativismo é definido por Meinen e Port (2014) como o único movimento socioeconômico do planeta que se desenvolve sob uma mesma orientação doutrinária e, assim é, desde o seu surgimento na primeira metade do Século XIX, em Rochdale, na Inglaterra.

3 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

A política econômica brasileira segundo, Pinho e Palhares (2004), tem-se destacado por priorizar o crédito e a geração de trabalho e renda para população carente, estimulando a expansão do microcrédito cooperativo e a formalização de micros e pequenas empresas. Essa expansão foi potencializada pela Resolução 3.106, de 25/06/2003, do Banco Central do Brasil – BACEN, que possibilitou a criação de cooperativas de crédito de livre admissão de associados, por micros e pequenos empresários empreendedores. Sendo, posteriormente, ampliada a médios e grandes empresários com a Resolução 3.140 de 27/11/2003.

Cooperativas de crédito, conforme Pinheiro (2008), são instituições financeiras constituídas sob a forma de sociedade cooperativa, tendo por objeto a prestação de serviços financeiros aos associados, como concessão de crédito, captação de depósitos à vista e a prazo, cheques, prestação de serviços de cobrança, de custódia, de recebimento e pagamento por conta de terceiros sob convênio com instituições financeiras públicas e privadas e de correspondente no país, além de outras operações específicas e atribuições estabelecidas na legislação em vigor.

Cooperativa de crédito é uma instituição financeira formada pela associação de pessoas para prestar serviços financeiros exclusivamente aos seus associados, de acordo com o Banco Central do Brasil – BACEN.

Contudo, uma cooperativa de crédito forte e atuante, por mais modesta que seja, deve ter uma administração transparente, controles internos adequados e fiscalização dos dirigentes pelos associados, afirma Pinho e Palhares (2004).

Segundo a Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul – OCERGS, em 2016, existiam 84 cooperativas de crédito no Estado, totalizando 1,9 milhão de associados e gerando 9,9 mil postos de trabalho. Destas 84 cooperativas de crédito, 79 são singulares, 3 centrais de cooperativa e 2 confederações. A entidade informa ainda, que 30% das maiores cooperativas de crédito do país são gaúchas e considerando a quantidade total de ativos, 12 cooperativas gaúchas estão entre as 40 maiores cooperativas brasileiras.

A Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul - OCERGS informa que, entre 2012 e 2016, os volumes de recursos das aplicações de longo prazo tiveram um aumento de 112,8%, o que demonstra a confiança dos associados no sistema cooperativo. Já os depósitos à vista tiveram um crescimento de 43%, passando de R\$1,5 bilhão em 2012 para R\$2,3 bilhões em 2016.

As operações de crédito também tiveram grande crescimento, alcançando R\$14,9 bilhões em 2016, superando em mais de 21% os créditos realizados em 2014.

Em nível nacional, as cooperativas de crédito, consolidam-se e ampliam sua área de atuação para todas as regiões do Brasil, distribuindo mais de R\$805 milhões em sobras, em 2015.

O grande diferencial das cooperativas, de acordo com Schneider (2010), é que o associado é, ao mesmo tempo dono e usuário da organização, sendo os resultados da cooperativa, bem como seus benefícios e dificuldades, distribuídos de forma equitativa entre os associados.

3.1 Características das cooperativas de crédito

As Cooperativas, segundo Santos (2015), têm um papel importante na sociedade, pois, além de existirem com a finalidade de gerar benefícios a seus associados, também passam a possuir estreitos laços com a comunidade local ou regional, tendo a responsabilidade de trabalhar constantemente em favor delas.

Seibel (2001) afirma que as vantagens econômicas apresentadas pelas cooperativas são diversas, pois elas promovem a economia, elevando conseqüentemente de modo geral o nível de qualidade de vida. Podem ser consideradas como instrumentos eficazes na luta contra o monopólio e demais manifestações especulativas. São consideradas ainda como a solução gradual e pacífica dos conflitos econômicos.

As vantagens competitivas das cooperativas devem estar baseadas em sua forma de interação para com seus clientes – cooperados e mercado em geral, e não, simplesmente nas leis que sustentam sua constituição (OLIVEIRA, 2009).

O Banco Central do Brasil – BACEN salienta que, por meio da cooperativa de crédito, o cidadão tem a oportunidade de obter atendimento personalizado para suas necessidades. O resultado positivo da cooperativa, que é conhecido como sobra, é repartido entre os cooperados em proporção com as operações que cada associado realiza com a cooperativa. Assim, os ganhos voltam para a comunidade dos cooperados.

Portanto, existe assim uma grande diferença entre aplicar poupanças e capital, buscar empréstimos na cooperativa, e aplicar ou operar com qualquer banco, pois só em uma cooperativa o associado ganha e se apropria do resultado do trabalho conjunto. No outro sistema, quem ganha é o dono do banco, afirma Perius (2001).

3.2 Produtos e Serviços

Conforme já destacado, o cooperativismo de crédito teve grande crescimento no âmbito estadual e nacional, aumentando, assim, sua participação no mercado financeiro.

Meinen e Port (2014) destacam, entre os principais fatores para a elevação destes números, a ampliação do foco de atuação, permitindo que o público urbano pudesse associar-se a uma cooperativa de livre admissão, e o aumento na quantidade de pontos de atendimento das cooperativas, notadamente em médias e grandes cidades.

Porém de nada adiantaria as cooperativas terem aumentado sua rede de atendimento e alterado suas possibilidades de associação se não houvessem produtos e serviços adequados ao público rural e urbano, a fim de atender suas demandas.

A existência de produtos e serviços competitivos, de acordo com Meinen e Port (2014), fez com que as cooperativas deixassem de ser uma dentre as várias alternativas do mercado para tornarem-se a melhor opção para aquelas pessoas que buscam sair da mesmice, tornando-se sócios de sua própria instituição. Com isso as cooperativas de crédito saem daquele viés antigo onde eram apenas administradoras de recursos financeiros, captando-os e emprestando-os, fazendo com que os associados procurassem um banco para concretizar as demais necessidades de seu dia a dia como produtos e serviços.

Com isso, atualmente, as cooperativas, para fazerem sucesso, devem estar muito bem preparadas, prontas para competir com qualidade, preço e atendimento, operando a menores custos os produtos e serviços no mercado, afirma Zdanowicz (2007).

Nos dias de hoje, Meinen e Port (2014, grifo do autor) dizem ser muito comum encontrar em uma instituição financeira cooperativa todos os produtos e serviços ofertados pelos bancos, porém com três grandes vantagens para os associados da cooperativa. Os autores citam a prática, em grande parte dos casos, de preços mais acessíveis do que os encontrados nos bancos; a prática da distribuição de sobras ao final do exercício; a preocupação da cooperativa em voltar-se para o foco do associado e não no associado, procurando compreender as suas necessidades e não apenas vender-lhe produtos e serviços.

É por meio da disponibilização de produtos e serviços como cartões de débito e crédito, consórcios, seguros, cobrança bancária, débitos em conta, talão de cheques, acessibilidade de movimentação (internet e terminais de autoatendimento) dentre tantos outros, que se viabiliza que até mesmo associados que figuram entre os que não têm aplicações financeiras e nem operações de crédito, tenham movimentação financeira regular com sua cooperativa, afirmam Meinen e Port (2014). Tomando-se os dados da Sicredi

Pioneira RS, os autores destacam que 25% dos associados ativos não possuem nem operações de crédito, nem aplicações financeiras, público que não procuraria uma cooperativa financeira se não existisse uma ampla oferta de produtos e serviços.

Oliveira (2009) afirma que o cadastro de associados é a principal fonte de dados e informações a respeito dos negócios do cooperado, potenciais de crescimento, além de suas necessidades relativas aos produtos e serviços proporcionados pela cooperativa. Podendo com adequado e atualizado cadastro, a interação entre a cooperativa e o associado ser sustentada, ampliada e otimizada, bem como pode representar forte vantagem competitiva das cooperativas, pois dificilmente uma grande empresa concorrente, conseguiria ter amplo e atualizado cadastro de seus fornecedores e cliente.

4 PRINCIPALIDADE

De acordo com Schneider (2010), toda cooperativa espera que um bom associado seja aquele que participe das atividades propostas e, principalmente, seja fiel. No entanto, quando acompanhamos as iniciativas dos dirigentes (presidência e diretoria), percebe-se a inexistência de cursos ou eventos que fomentem isso, ficando a fidelização dependente do retorno econômico que a cooperativa pode dar ao sócio e não o comprometimento social esperado, a partir de uma postura reflexiva.

Segundo Oliveira (2007), a presença e participação dos cooperados na vida da empresa é imperiosa para seu bom funcionamento, principalmente pela característica da organização. Limberger (1996) acredita que operar com a cooperativa é umas das principais obrigações do associado, assim como a cooperativa precisa viabilizar formas de garantir aos cooperados um grau de comercialização que seja do interesse destes.

As pessoas buscam agrupar-se, já que assim suas atividades podem ser mais bem desenvolvidas e operacionalizadas, na busca de resultados comuns e compartilhados, define Oliveira (2009). Nesse sentido, as maiores vantagens de ser sócio em cooperativa de crédito é ser o “banqueiro”, o dono da cooperativa, para o qual se destina todo resultado operacional, explica Perius (2001).

Segundo Meinen e Port (2014), o BACEN divulgou dados onde informa que 58% dos associados de cooperativas possuem movimentação em outra instituição financeira. Número este muito relevante, visto que de alguma forma mais da metade dos associados as cooperativas de crédito deixam de usar algum produto ou movimentar algum valor junto a instituição.

O cenário ideal seriam as cooperativas assegurarem-se de que os associados, adotando a postura de donos do empreendimento, tenham a cooperativa, efetivamente (grifo nosso) como a sua principal ou, sempre que possível, única instituição financeira. Meinen e Port (2014) apontam que, na realidade, são ainda diversas as situações em que o associado mantém com a cooperativa apenas um sub-relacionamento, utilizando-se de uma ou outra operação ou serviço que, não raro, envolvem solução em que a instituição, financeira eleita como principal, não faz questão de oferecer, ora por ser deficitária, ora por representar risco muito elevado.

Os autores ainda afirmam que por estar com um “pé” (grifo do autor) dentro do concorrente, o risco de o cooperado deixar a cooperativa por inteiro é sempre iminente, (MEINEN; PORT, 2014).

Fazendo uma comparação hipotética com outros empreendedores, Meinen e Port (2014, grifo do autor), enfatizam que a postura desses “associados” que, como donos, desprestigiam a sua instituição financeira, pode ser relacionada com a de um supermercadista que, ao invés de consumir os seus produtos, vem a adquiri-los de outro supermercado, ou de um padeiro, que opta por comprar pão na padaria do vizinho. Isso implica o abandono do próprio negócio.

A sociedade cooperativa convoca seus sócios a cooperarem, pois a dupla qualidade – ao mesmo tempo serem donos do capital e seus beneficiários – obriga-os a operar com a empresa cooperativa, afirma Perius (2001).

É ressaltado por Meinen e Port (2014) que as assembleias e reuniões com associados mostram-se determinantes para fidelização do associado na cooperativa. Estatísticas levantadas pela Sicredi Pioneira – RS apontam que associados que participam das assembleias são mais fiéis na utilização de produtos e serviços da cooperativa do que a média geral dos associados. Torna-se difícil saber se o associado participa da assembleia por ser fidelizado (no aspecto negocial), ou se é fidelizado por participar das assembleias. O fato que essa relação existe e é muito evidente.

No momento em que o associado sentir que sua participação é fundamental nas decisões e crescimento da cooperativa, e para que isso aconteça a direção deverá utilizar-se de mecanismos adequados, tais como a promoção à educação e cultura cooperativa para seus associados e comunidade em geral, ela terá alcançado o objetivo de ter o associado como verdadeiro parceiro da cooperativa, afirma Oliveira (2007).

A dificuldade de se ter a efetiva participação democrática dos associados nas decisões gerenciais da cooperativa, para Oliveira Junior (1991), acaba muitas vezes aproximando o

funcionamento das cooperativas a estruturas organizacionais de empresas mercantis, afastando-a de seu funcionamento básico do sistema apregoado para uma cooperativa.

Meinen e Port (2014) ressaltam que em grande parte das instituições cooperativas, os associados infieis são os próprios dirigentes e conselheiros, além de funcionários das cooperativas, incluindo respectivos familiares, que possuem cartões emitidos por outras instituições financeiras ou seguro e consórcios feitos fora da cooperativa e ainda planos de previdência privada, em grandes fundos do mercado. É afirmado ainda que, no rigor do estatuto social, quando reportado aos deveres do associado e as consequências de seu não cumprimento, essas situações podem configurar motivos de eliminação do quadro de cooperados. Tal fato ocorre, porque os associados desconhecem a doutrina cooperativa, seus princípios e o modelo de gestão cooperativista que prega a gestão democrática e a autogestão, por exemplo.

Com isso os autores afirmam ser necessário:

- Nenhum conselheiro, diretor ou funcionário da cooperativa ou qualquer outra entidade do sistema deve manter relacionamento paralelo com outra instituição financeira, salvo os casos para valer-se de soluções ocasionalmente inexistentes na cooperativa;
- Iniciar o lançamento de novos produtos e serviços sempre por este mesmo público (conselheiros, diretores e funcionários), diante do exemplo dado pelas líderes, terá melhor aceitação no restante do quadro social;
- Conhecer o perfil dos associados, um a um, para ver que produtos e serviços demandam;
- Segmentar o quadro social por critérios de afinidade, visando a abordagens próprias e direcionadas para cada grupo;
- Premiar a fidelidade do associado, especialmente pela precificação nos produtos e serviços.

Em tempos em que o mercado financeiro encontra-se em acirrada competitividade, torna-se estratégico e fundamental a disponibilização de tempo para conscientizar os associados quanto aos benefícios do cooperativismo de crédito e seus diferenciais competitivos. Frisando a qualidade do atendimento e compromisso permanente com a comunidade (MEINEN; PORT, 2014).

5 EDUCAÇÃO COOPERATIVA

A necessidade da formação cooperativista, para Santos (2015), implica no caráter transformador das pessoas que fazem parte das cooperativas. O processo educativo deve envolver tanto o cooperado individualmente como a comunidade como um todo, e também as cooperativas. O princípio da educação é a base do cooperativismo.

Para Pinho e Palhares (2004, grifo do autor), a **educação cooperativa** deve ser priorizada. Salientando que a educação sempre foi o ponto forte do sistema de crédito pioneiro, há mais de cem anos no Brasil.

Para Schneider (1999), a educação cooperativa, para ser eficaz e duradoura, deverá efetivar-se na e pela prática da cooperação. Santos (2015, grifo nosso) afirma que a educação cooperativista contínua visa fortalecer tanto a relação entre **cooperado e cooperativa** como a relação da comunidade entre si.

Já para Perius (2001, grifo do autor), a grande questão é cultural, o associado não sabe que ele é dono da cooperativa. Ele pensa que é mero cliente, alguém que compra e vende algum produto. O associado deve ter consciência de que é dono. A importância da educação cooperativa é ainda maior, atualmente, porque o cooperativismo de crédito vem sendo supervalorizado como instrumento de **inclusão** econômico e social, tanto por autoridades governamentais e financeiras, como por empresários, acadêmicos, educadores etc.

Os principais problemas identificados na gestão das cooperativas são a falta ou esquecimento da educação cooperativista e a aplicação de desatualizados, inadequados e centralizados modelos de gestão (OLIVEIRA, 2009).

Quanto mais o associado souber sobre a cooperativa e o cooperativismo, mais o associado sente-se engajado e motivado a utilizar seus produtos ao invés de recorrer aos bancos.

Para Meinen e Port (2014, grifos do autor), um dos grandes desafios do cooperativismo financeiro é fazer com que os associados realmente assumam a cooperativa como sendo sua, exercendo seus **direitos e deveres** em sua totalidade, e não apenas utilizando os produtos e serviços que lhes convêm. O tema “participação do associado na vida da cooperativa” deve ser priorizado visando apresentar o universo de oportunidades que existem para serem trabalhadas junto a cooperativa.

6 METODOLOGIA

Com a dedicação de empresários da região, associados ao Sindicato da Indústria de Calçados e Componentes para Calçados de Três Coroas – RS, iniciou-se o processo e formação da Sicoob Ecocredi. Várias cooperativas de crédito foram visitadas, em 2003 a cooperativa Credinova, de Nova Serrana – MG foi visitada por representantes do sindicato, em seguida houve a constatação de que poderia criar-se uma Cooperativa de Crédito tendo como exemplo o sucesso obtido pelos empresários mineiros. Assim, em uma reunião de diretoria do Sindicato de Três Coroas, em agosto de 2007, onde de fato foi confirmado o início dos trabalhos para a Constituição da Cooperativa, foram convidados a gerir este projeto o Sr. Serilo Kappes e o Sr. Valmor BIASON, que contaram com o apoio da empresa Vargas D’Avila Consultoria Jurídica e Empresarial Ltda, de São Leopoldo, especializada em criação de cooperativas. Todas as empresas associadas ao sindicato foram visitadas, atingindo o número considerado limite para esta etapa de 200 associados.

Quanto a filiar-se a uma central do sistema, ficou apontado para uma filiação junto ao Sistema SICOOB – Sistema Cooperativo Brasileiro, da Central de Santa Catarina, tendo em vista que esta etapa era a que faltava para o encaminhamento junto ao Banco Central. No dia 27 de agosto de 2008, ocorreu a reunião do Conselho Deliberativo do SICOOB, onde foi aprovada a atuação do sistema SICOOB no Rio Grande do Sul, por meio de uma cooperação com a CECRECS – Central das Cooperativas de Crédito Mútuo do Rio Grande do Sul e, nesse processo, estava incluída a filiação da Ecocredi. O Projeto de Constituição teve sua aprovação final pelo SICOOB – SC, em dezembro de 2008, com isso, encaminhado ao Banco Central em Porto Alegre – RS.

A Assembleia Geral de Constituição ocorreu em dezembro de 2009, quando foram apresentados o estatuto social e a proposta de conselheiros, iniciaram-se a partir daí, as atividades para a inauguração da 1ª Agência Cooperativa, filiada ao Sistema Sicoob no Rio Grande do Sul, que ocorreu em 12 de abril de 2010. Ao todo foram 250 sócios fundadores que acreditaram do potencial da região.

Atualmente, a Cooperativa conta com seis pontos de atendimento, nas cidades de Três Coroas, Igrejinha, Novo Hamburgo, São Francisco de Paula, Gramado e Ivoti, inaugurando recentemente um prédio de cinco andares, onde está situada sua sede administrativa e comercial localizada em Três Coroas.

Quanto à metodologia, Oliveira (2001) diz que método é meramente a maneira de discernir determinado fim ou objetivo, constitui-se em um conjunto processos pelos quais se

torna viável conhecer determinada realidade, produzir determinado objeto ou progredir certos procedimentos ou comportamentos. Logo, a utilização da metodologia, evidencia os procedimentos empregados durante a coleta de dados.

A presente pesquisa é de cunho exploratório, que segundo Gil (2002), possui como objetivo permitir maior familiaridade com o problema em questão, com o objetivo de torná-lo mais explícito ou a formar hipóteses. Pode-se afirmar que estas pesquisas possuem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Para esta pesquisa, os procedimentos técnicos adotados foram a pesquisa bibliográfica, o estudo de caso e a pesquisa *survey*. Conforme Lakatos e Marconi (2009, p.185) “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mais propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”. Segundo Yin (2001), estudo de caso é uma pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto na vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos. A pesquisa *survey* objetiva inquirir diretamente às pessoas as quais o comportamento está sendo estudado. Dessa maneira, baseia-se na solicitação de informações a um quantitativo significativo de entrevistados sobre o problema em questão Gil (2011).

A pesquisa, quanto à forma de abordagem, é quantitativa. Conforme Gray (2012), os pesquisadores quantitativos reiteram ter objetividade, porém terminam por definir arbitrariamente as variáveis em sua pesquisa ou procuram explicar correlações utilizando raciocínio de senso comum.

O universo é composto por 1944 associados ativos, destes 1321 de natureza física, à Cooperativa de Crédito Sicoob Ecocredi junto ao ponto de atendimento da cidade de Três Coroas/RS, a amostra é não probabilística por acessibilidade. Segundo Gil (2009), a amostra não probabilística não apresenta fundamentação matemática ou estatística, dependendo unicamente de critérios do pesquisador. O autor afirma ainda que, por acessibilidade o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo.

Para avaliação do projeto de pesquisa, foi realizado um questionário com 20 perguntas fechadas, os quais foram entregues pessoalmente para cada um dos associados, em dias alternados incluindo finais de semana. Em um primeiro momento, após a apresentação da autora e explanação sobre a pesquisa, o associado foi questionado se teria interesse em participar, os associados foram escolhidos de forma aleatória, com a única ressalva de

possuírem conta física. Foram respondidos 132 questionários no período de maio e junho de 2017.

7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Os quadros a seguir foram elaborados pela autora (2017) e buscam demonstrar uma série estatística de fatores, expressos frente aos resultados obtidos na pesquisa a respeito da principalidade. Após a aplicação dos questionários realizados com os associados da Sicoob Ecocredi da cidade de Três Coroas – RS, foi feita a análise dos resultados obtidos. As informações coletadas foram tratadas com sigilo e privacidade sem que houvesse identificação das pessoas participantes.

O Bloco I, composto por 4 perguntas do questionário estruturado, foi elaborado com a finalidade de identificar o perfil dos associados. No Quadro 1, apresentam-se os resultados:

Quadro 1 – Perfil do Respondente

PERGUNTAS	OPÇÕES	% DE RESPONDENTES
GÊNERO	Feminino	37,10%
	Masculino	62,90%
FAIXA ETÁRIA	até 20 anos	2,30%
	de 21 a 30 anos	9,10%
	de 31 a 40 anos	34,10%
	de 41 a 50 anos	34,80%
	acima de 50 anos	19,70%
ESCOLARIDADE	Ensino fundamental incompleto	6,10%
	Ensino fundamental completo	5,30%
	Ensino médio incompleto	24,90%
	Ensino médio completo	39,40%
	Ensino superior incompleto	18,20%
	Ensino superior completo	3,00%
	Especialização ou pós graduação incompleto	2,30%
	Especialização ou pós graduação completo	0,80%
NÍVEL DE RENDA	Até 01 salário	8,30%
	Entre 01 e 03 salários	64,40%
	Entre 04 e 06 salários	21,20%
	Entre 07 e 10 salários	4,50%
	Acima de 10 salários	1,50%

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Constata-se que a maioria dos associados da Sicoob Ecocredi, que responderam ao questionário, são do gênero masculino (62,90%). Quanto à faixa etária, a maioria, 68,90%, dos associados estão na faixa de 31 a 50 anos. Cruzando algumas informações sobre gênero e faixa etária percebe-se que entre o gênero masculino, a maioria dos respondentes são homens de 41 a 50 anos. Já no gênero feminino a maioria é apresentada por respondentes de 31 a 40 anos. Outro fator que chama bastante a atenção é o de que mais da metade dos participantes, 54,50%, possui acima de 41 anos.

Analisando o nível de escolaridade, são representados por 75,70% de associados os que tiveram como instrução máxima a conclusão ou não dos ensinos médio ou fundamental. Dos 24,30% restantes, grande parte (18,20%) está cursando o ensino superior e apenas 6,10% já o concluíram.

Na questão sobre a renda dos associados da cooperativa, é possível verificar que 85 dos respondentes possui renda entre 01 e 03 salários, o que representa 64,40%; além disso, conforme o questionário, os que recebem entre 04 e 06 salários equivalem a 21,20%, aparecendo como segunda opção mais assinalada, totalizando aproximadamente um terço em relação a opção mais respondida.

Na segunda parte do questionário, foram apresentadas oito questões sobre a principalidade. Assim sendo estas questões foram elaboradas para saber qual a relação que o associado possui com a cooperativa e demais instituições financeiras, bem como sua opinião sobre a oferta de produtos e serviços da Sicoob Ecocredi e os motivos que os levam a utilizar os produtos e serviços oferecidos pela entidade. O questionário também aborda as questões que levam os associados a negociarem com outras instituições financeiras, podendo, assim, a cooperativa atentar para essa questão.

Duas questões ganharam destaque, de acordo com as respostas coletadas, sendo elas a que perguntou aos associados se eles utilizam o Sicoob Ecocredi como principal instituição financeira. 85 associados responderam afirmativamente, caracterizando um total de 64,40%. A outra questão que ganhou destaque foi a de que 60,60% dos associados operam com outra instituição financeira. Percentual que resulta em um total de 39,40% de associados que operam somente com a cooperativa, valor este que se aproxima dos 42% apresentados por Meinen e Port (2014) de associados de cooperativas de crédito que não possuem movimentação em outra instituição financeira.

Os resultados das demais seis questões sobre principalidade, podem ser visualizados no Quadro 2:

Quadro 2 – Principalidade

PERGUNTAS	OPÇÕES	% DE RESPONDENTES
TEMPO DE ASSOCIAÇÃO À COOPERATIVA	Menos de 01 ano	13,60%
	De 01 a 03 anos	49,30%
	De 03 a 05 anos	23,50%
	Mais de 05 anos	13,60%
SICOOB ECOCREDI COMO PRINCIPAL INSTITUIÇÃO FINANCEIRA	Sim	64,40%
	Não	35,60%
OPERA COM OUTRA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA	Sim	60,60%
	Não	39,40%
FREQUÊNCIA QUE UTILIZA PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS POR OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	Nunca	4,50%
	Raramente	44,70%
	Com frequência	35,60%
	Muita frequência	13,60%
	Sempre	1,60%
QUAIS CRITÉRIOS LEVAM VOCÊ A NEGOCIAR COM OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	Custo do produto, taxas e juros	56,00%
	Atendimento	39,40%
	Localização	4,60%
OFERTA DE PRODUTOS DA COOPERATIVA EM RELAÇÃO AS OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	Excelente	11,40%
	Muito bom	39,40%
	Bom	49,20%
	Ruim	0,00%
	Péssima	0,00%
GRAU DE SATISFAÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS UTILIZADOS NA COOPERATIVA	Muito satisfeito	17,40%
	Satisfeito	75,80%
	Pouco Satisfeito	3,80%
	Insatisfeito	0,00%
MOTIVOS QUE ESTIMULAM A UTILIZAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DA COOPERATIVA	Indiferente	3,00%
	O fato de saber que sou dono	11,40%
	Confiança no cooperativismo	8,30%
	Atende as minhas necessidades	81,10%
	Agilidade e rapidez	29,50%
	A instituição é confiável	33,30%
Outro	2,30%	

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Com referência ao tempo de associação à cooperativa, 49,30% dos respondentes é associado ao Sicoob Ecocredi de 01 a 03 anos e apenas 18 deles (13,60%) possui vínculo com a cooperativa há mais de 05 anos.

Sobre a frequência com que utilizam produtos e serviços oferecidos por outras instituições financeiras, 44,70% assinalaram que raramente utilizam produtos ou serviços de outras instituições. Contudo os que afirmaram que utilizam com frequência, muita frequência ou sempre totalizam um pouco mais da metade questionados, 50,80%. Tendo estes com principal fator para buscar suporte em outras instituições financeiras, os custos do produto, taxas e/ou juros, alternativa está respondida por 56,00% dos inquiridos.

Analisando a opinião dos associados sobre a oferta de produtos e serviços da cooperativa, em relação às outras instituições financeiras, a totalidade dos associados considerou bom (49,20%), muito bom (39,40) ou excelente (11,40%). As alternativas ruim e péssima não foram informadas por nenhum dos associados.

Com relação ao grau de satisfação dos serviços e produtos utilizados na cooperativa, 93,20% dos associados afirmou estar satisfeito (75,80%) ou muito satisfeito (17,40%). Na décima segunda questão, os associados responderam quais os motivos que os estimulam a utilizar os produtos e serviços da cooperativa. Nessa questão, eles poderiam assinalar mais de uma alternativa. As razões mais apontadas foram: atende as minhas necessidades, informada por 81,10% dos respondentes; seguida por: a instituição é confiável, com 33,30% e agilidade e rapidez, esta última sendo respondida por 29,50%.

A terceira e última etapa do questionário caracterizou-se por perguntas direcionadas à educação cooperativa, sendo composta por oito questões. Inicialmente os associados foram questionados quando ao seu grau de satisfação em relação a cooperativa no geral, e 94% responderam estar satisfeito ou muito satisfeito com o Sicoob Ecocredi.

O restante das questões quanto à participação em assembleias, conhecimento sobre lei e estatuto e diferenciação da cooperativa às demais instituições financeiras são apresentadas a seguir:

Quadro 3 – Educação Cooperativa

PERGUNTAS	OPÇÕES	% DE RESPONDENTES
OPINIÃO QUANTO AO GRAU DE SATISFAÇÃO DA COOPERATIVA NO GERAL	Muito satisfeito	14,50%
	Satisfeito	79,50%
	Pouco Satisfeito	3,00%
	Insatisfeito	0,00%
	Indiferente	3,00%
VOCÊ PARTICIPA COM QUE FREQUENCIA DAS ASSEMBLEIAS	Sempre	3,00%
	Na maioria das vezes	6,10%
	Às vezes	23,50%
	Raramente	47,70%
	Nunca	19,70%
QUAL SEU ESTIMULO PARA PARTICIPAR REGULARMENTE DAS ASSEMBLEIAS	O interesse pelo futuro da cooperativa	31,00%
	A cooperativa é transparente	16,00%
	Direito de participar por ser sócio	43,00%
	Outro	10,00%
O QUE MAIS DESESTIMULA VOCÊ A PARTICIPAR DAS ASSEMBLEIAS	Falta de tempo de participar	16,00%
	A cooperativa é pouco transparente	0,00%
	Não sei como participar	9,80%
	Acho que nada adianta participar	28,80%
	Assembleias são demoradas e monótonas	42,40%
	Outro	3,00%
VOCÊ TEM CONHECIMENTO QUE EXITE UMA LEI ESPECÍFICA PARA AS COOPERATIVAS	Sim, conheço a lei	7,60%
	Não conheço, mas gostaria	59,10%
	Não conheço e não gostaria	25,00%
	Considero sem importância a lei	8,30%
VOCÊ TEM CONHECIMENTO DO ESTATUTO DA COOPERATIVA	Sim e acompanho	4,50%
	Sim, mas não acompanho	22,00%
	Não conheço e não gostaria de conhecer	28,80%
	Não conheço mas gostaria de conhecer	44,70%
QUANDO VOCÊ DESEJA SUGERIR UMA IDEIA PARA A COOPERATIVA, QUEM PROCURA	A Diretoria	16,70%
	Os funcionários	62,10%
	Espera pela assembleia geral	0,80%
	Não sabe como fazer	20,40%
	Outro	0,00%
VOCÊ SABE DIFERENCIAR A COOPERATIVA DE CREDITO DE OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	Sim, com muita diferença	6,80%
	Sim, com pouca diferença	55,30%
	Sim, somente pelo nome	16,70%
	Não sei diferenciar	21,20%
	Não vejo diferença	0,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Sobre a frequência com que participam das assembleias, a maioria dos associados informou que raramente participa (47,70%) e os que responderam que nunca participam foram 26 associados, representando 19,70%. Entre os motivos que desestimulam a participação, os respondentes informaram que consideram as assembleias demoradas e monótonas, já 28,80% entendem que acham que nada adianta participar. Todavia, quando questionados sobre o que os estimularia a participar, foram apontados como principais fatores o direito de participar por ser sócio (43,00%), seguido de o interesse pelo futuro da cooperativa com 31,00% de respostas.

Com relação ao conhecimento dos associados sobre a existência de uma lei específica para as cooperativas, 59,10% responderam que não a conhecem, porém gostariam de conhecê-la. Esta mesma resposta foi apontada pela maioria dos associados quando questionados sobre seu conhecimento sobre o estatuto da cooperativa. Quando questionados sobre a quem recorrem quando desejam sugerir ideias à cooperativa, 62,10% dos associados informaram contatar os funcionários.

Encerra-se o questionário perguntando aos associados sobre seu conhecimento em diferenciar a cooperativa de crédito de outras instituições financeiras, mais da metade deles informou que sabe diferenciar, porém com pouco diferença, a resposta mais citada após esta opção foi a de que não sabem diferenciar, resposta está marcada por 21,20% dos associados.

8 CONCLUSÃO

O presente trabalho abordou a principalidade ou comprometimento do cooperado com a cooperativa Sicoob Ecocredi de Três Coroas – RS analisando o perfil e percepções dos associados da cooperativa. Houve interação entre a pesquisadora e os colaboradores, sendo estes colaboradores os funcionários responsáveis pelo atendimento aos cooperados, a fim de obter maiores conhecimentos sobre a cooperativa.

A principalidade é um fator que deve ser analisado pela cooperativa com grande atenção, visto que mais de 60% de seus associados possuem operações com outras instituições financeiras e mais de 50% afirmaram realizar, no mínimo, com frequência essas operações. Com isso há uma grande margem de associados que, ao utilizarem os produtos e serviços de outras instituições financeiras (cartões, consórcios, seguros em geral, operações de crédito, etc.) acabam deixando de gerar receita à cooperativa, entidade da qual são donos e, conseqüentemente, gerando menos resultado.

Outra questão relevante é o fato de os associados que utilizam os produtos e serviços da cooperativa estarem plenamente satisfeitos, o que pode servir de auxílio para campanhas de divulgação ou indicações por parte desses associados aos demais que ainda não os utilizam. Uma vez que o Sicoob Ecocredi oferta todos os serviços e produtos comercializados nas demais instituições financeiras.

Ressalta-se que a educação cooperativa deve ser reforçada junto aos associados, pois grande parte vê com pouca diferença a cooperativa das instituições financeiras e muitas vezes este pode ser o grande fator que os leva a não priorizar o uso dos produtos e serviços da cooperativa. Essa disseminação do cooperativismo junto aos associados torna-se de suma importância tendo em vista que, além de trazer o associado mais próximo à instituição por meio da participação em assembleias, resulta na divulgação dos princípios e da cooperativa na comunidade, gerando, assim, maior retorno e desenvolvimento a sua área de atuação.

É importante salientar que a principalidade é fruto de um trabalho trilhado junto ao associado com o passar dos meses e anos. Conforme dados da pesquisa, grande parte dos associados ao Sicoob Ecocredi estão na cooperativa de 01 a 03 anos e que a cooperativa se tornou de livre admissão apenas no segundo semestre de 2015, tendo a partir deste período um maior nicho de mercado para atuação.

Portanto torna-se estratégico para a cooperativa viabilizar maior tempo para inteirar os associados quanto aos ganhos e benefícios do cooperativismo de crédito frente ao mercado financeiro tradicional, que vai desde o atendimento personalizado ao compromisso permanente com a comunidade.

O trabalho de pesquisa agregou à autora conhecimento e capacitação para melhor entendimento do modelo cooperativista no geral, seus princípios e preocupações. Com ênfase no cooperativismo de crédito, que demonstra ir na contramão das demais instituições financeiras, por chamar o associado para dentro da agência, procurar conhecer o mesmo, a fim de oferecer-lhe as melhores soluções financeiras, por atuar em comunidades onde as grandes instituições financeiras estão fechando seus postos de atendimento e, principalmente, por investir seu retorno onde ele é gerado, auxiliando no desenvolvimento social e financeiro destas regiões.

Por fim, sugere-se que este estudo seja aplicado novamente a longo prazo, para verificar se a cooperativa conseguirá ampliar a fidelização de seus associados melhorando o índice de produtos por associado, reduzindo a frequência com que utilizarão os produtos de outras instituições financeiras e, assim, garantindo o crescimento e sucesso do cooperativismo de crédito.

REFERÊNCIAS

- BANCO CENTRAL DO BRASIL – BACEN. *O que é cooperativismo de Crédito*, [S.l: s.n]. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pre/composicao/coopcred.asp>>. Acesso em: 25 mar. 2017.
- BALZAN, Romeo. *Consórcio: diferencial competitivo para as cooperativas de crédito*. Gestão Cooperativa, 71. ed. Brasília: 2015.
- CARDOSO, Univaldo Coelho. *et al. Cooperativa Financeira*. Brasília: Sebrae, 2014.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- _____. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- _____. *Metodologia do ensino superior*. 4. ed. São Paulo: Atlas 2011.
- GRAY, David E. *Pesquisa no mundo real*. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Estados*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=rs>>. Acesso em: 08 abr. 2017.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisas bibliográficas, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- LIMBERGER, Emiliano. *Cooperativa empresa socializante*. Porto Alegre: Imprensa Livre, 1996.
- MATOS, M.F.; NINAUT, E.S. *O cooperativismo frente às perspectivas econômicas*. INFOTEC: Informativo Técnico do sistema OCB, n.2, 2007. Disponível em: <<http://www.brasilcooperativo.coop.br>>. Acesso em: 07 abr. 2017.
- MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. *Cooperativismo Financeiro: percurso histórico, perspectivas e desafios*. Brasília: Confecras, 2014.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, José Rudinei de. *O comprometimento do associado com a cooperativa*. 2007. 101p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Área de Concentração e Gerência da Produção, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2007. Disponível em:

<http://cascavel.ufsm.br/tede/tde_arquivos/12/TDE-2007-08-21T194659Z-773/Publico/Rudnei.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

OLIVEIRA JUNIOR, Carlos Claro de. *Avaliação da eficiência empresarial das cooperativas*. Série cooperativismo. Paraná: OCEPAR, 1991.

OLIVEIRA, Silvio Luiz. *Tratando de metodologia científica*. São Paulo: Pioneira, 2001.

ORGANIZAÇÃO das cooperativas do Estado de Santa Catarina – OCESC. *O cooperativismo ao alcance de todos*. 2. ed. Florianópolis: Itec, 1996

PERIUS, Vergílio Frederico. *Cooperativismo e lei*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. *Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil*. 6. ed. Brasília: BCB, 2008.

PINHO, Diva Benevides; PALHARES, Valdecir Manuel Affonso (organizadores). *O cooperativismo de crédito no Brasil: do século XX ao século XXI*. Brasília: Confebrás, 2004.

SANTOS, Sandra Regina Toledo dos. *Estratégias de gestão aplicadas às cooperativas*. Porto Alegre: Buqui, 2015.

SCHNEIDER, José Odelso. *Democracia, participação e autonomia cooperativistas*. 2.ed. São Leopoldo: UNISINOS, 1999

SCHNEIDER, José Odelso (coordenador); *Educação e capacitação cooperativa: os desafios no seu desempenho*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010

SEIBEL, Ivan. *Educação cooperativista: a implantação na singular*. Porto Alegre: WS, 2001

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – OCERGS. *Expressão do Cooperativismo Gaúcho 2017*. Porto Alegre. [S.l: s.n]. Disponível em: <<http://www.sescooprs.coop.br/app/uploads/2017/07/sescooprs-expressao-cooperativismo-gaucha-2017.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZDANOWICZ, José Eduardo. *Manual de finanças para cooperativas e demais Sociedades*. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.