

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
ESCOLA DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS, INOVAÇÃO E NEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
COMPORTAMENTO, APRENDIZAGEM E GESTÃO DE PESSOAS

KELIN PAGLIARINI DANIEL

**O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito
no município de Erechim/RS e associados (*stakeholders*).**

PASSO FUNDO

2024

KELIN PAGLIARINI DANIEL

**O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito
no Município de Erechim/RS e associados (*stakeholders*).**

Dissertação de Mestrado, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração, na linha de pesquisa Comportamento, Aprendizagem e Gestão de Pessoas, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho

PASSO FUNDO

2024

CIP – Catalogação na Publicação

D184c Daniel, Kelin Pagliarini
O cooperativismo como instrumento de concretização de
responsabilidade social [recurso eletrônico] : um estudo de
caso em uma Cooperativa de Crédito no município de
Erechim/RS e associados (*stakeholders*) / Kelin Pagliarini
Daniel. – 2024.
1 MB ; PDF.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho.
Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade
de Passo Fundo, 2024.

1. Responsabilidade social da empresa. 2. Cooperativas de
crédito. 3. Sustentabilidade. I. Fritz Filho, Luiz Fernando,
orientador. II. Título.

CDU: 658

Catalogação: Bibliotecária Jucelei Rodrigues Domingues - CRB 10/1569

KELIN PAGLIARINI DANIEL

**O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito
no Município de Erechim/RS e associados (*stakeholders*).**

Dissertação de Mestrado, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração, na linha de pesquisa Comportamento, Aprendizagem e Gestão de Pessoas, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho

UPF – Orientador

Prof. Dr. André da Silva Pereira

UPF – Examinador Interno

Profa. Dra. Cassiana Maris Lima Cruz

UPF – Examinador Interno

Profa. Dra. Tanice Andreatta

UPF – Examinador Externo

PASSO FUNDO

2024

AGRADECIMENTOS

Por toda a experiência vivida no Mestrado em Administração da UPF e por essa fase da jornada, agradecer é lembrar tudo o que foi vivido nesses últimos anos (intensos) de estudo. Não foram anos fáceis, com muitos desafios pessoais, de saúde, profissionais e psicológicos, mas, finalizar um Mestrado em Administração é sem dúvidas um sonho que sempre almejei e que com lágrimas nos olhos agradeço a Deus por estar realizando. Eu com certeza me transformei, melhorei e aprendi muito.

Agradeço imensuravelmente à minha mãe, minha maior incentivadora, fortaleza e impulsionadora, que muitas vezes sonhava junto e nunca duvidou de onde eu pudesse chegar. E com ela, agradeço a toda minha família, que são as pessoas mais importantes da minha vida, às quais desejo que algum dia eu consiga retribuir todo o apoio que eles me proporcionam.

Agradeço meu namorado Henrique, que viveu todo esse processo comigo, sendo meu alicerce, minha calma, meu psicólogo, meu parceiro. Que eu possa lhe agradecer algum dia à altura do que você fez e faz por mim.

Agradeço meu orientador, que sempre muito cauteloso respeitou o andar da minha carreira profissional ocorrendo ao lado da realização do mestrado, tendo me apoiado emocionalmente inúmeras vezes para que eu conseguisse chegar até aqui. E em nome dele, estendo meus agradecimentos a todos os demais professores que tive o prazer de conhecer, que muito aprendi e me desenvolvi. E todos que representam a Universidade de Passo Fundo e nela trabalham para compartilhar o ensino com tamanha excelência.

Ainda, agradeço as amigas que encontrei nessa jornada, dos quais levo para a vida, essas pessoas foram uma rede de apoio inúmeras vezes. E, a todos os familiares, amigos, colegas, que estiveram ao meu lado nesses últimos três anos, muitas das dificuldades enfrentadas foram com essas pessoas sempre por perto, me apoiando independente do que fosse.

À CAPES, pela bolsa de estudos que viabilizou a realização deste.

À Cooperativa de Crédito, que me permitiu realizar o estudo, me subsidiou sempre e me proporcionou desenvolver a pesquisa. A todos os meus colegas de trabalho, que prontamente se dispuseram a responder a entrevista e me apoiar no que fosse.

À todos os entrevistados, que dispuseram um tempo para me apoiar na pesquisa, depositando confiança no meu trabalho.

E a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram e foram responsáveis em me impulsionar a viver essa jornada.

É realizador chegar até aqui. Obrigada!

“A responsabilidade social começa dentro de cada um de nós, na forma como nos relacionamos com o mundo e com as pessoas ao nosso redor.”

Monja Coen

RESUMO

A responsabilidade social é tema central do presente trabalho. A discussão sobre responsabilidade social nas empresas vem à tona, diante da gravidade dos problemas sociais e a emergência de alternativas para o enfrentamento dessa realidade. As cooperativas, incluindo as cooperativas de crédito, estão cada vez mais reconhecendo a importância da responsabilidade social como parte integrante de suas operações. Nessa dissertação buscou-se analisar o tema e responder o gap teórico de pesquisa, sendo: como as cooperativas podem contribuir para a inclusão social e contribuir, através da responsabilidade social? E para isso, o objetivo geral foi apresentado como: Analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas da responsabilidade social em uma Cooperativa de Crédito, pela visão dos colaboradores e associados (*stakeholders*). E os objetivos específicos classificados como: i) Compreender a relação entre Responsabilidade Social e o Sistema de Cooperativismo; ii) Caracterizar a prevalência de elementos ligados as dimensões econômica, social e ambiental em uma Cooperativa de Crédito e associados (*stakeholders*); iii) Analisar as práticas efetivas de responsabilidade social aplicada nas Cooperativas de Crédito analisadas e por alguns associados; iv) Apontar as contribuições de RSE para a organização estudada. Os dados coletados foram por meio de entrevista semiestruturadas, pesquisa documental e observação participante e ocorreu com análise e apresentação quanti-qualitativa da pesquisa. O estudo abordou a relação entre Responsabilidade Social e Cooperativas de Crédito, destacando que a cooperativa em questão integra a responsabilidade social em suas práticas alinhadas aos princípios cooperativistas. Isso promove um desenvolvimento sustentável e inclusivo das comunidades atendidas. As contribuições da RSE incluem fortalecimento da reputação, atração de talentos e criação de valor compartilhado. Limitações do estudo foram reconhecidas, como possíveis vieses de resposta e dependência de auto relato. Sugestões para pesquisas futuras incluem ampliar o estudo para outras cooperativas e analisar dados financeiros para uma visão quantitativa do compromisso com a responsabilidade social. Em suma, a pesquisa conclui que a cooperativa estudada desempenha um papel significativo na promoção da responsabilidade social e sustentabilidade, alinhando-se aos princípios cooperativistas.

Palavras Chave: Responsabilidade Social. Sustentabilidade Organizacional. Cooperativismo. Desenvolvimento Social local e regional.

ABSTRACT

Social responsibility is the central theme of this work. The discussion about social responsibility in companies comes to light, given the seriousness of social problems and the emergence of alternatives to face this reality. This dissertation sought to analyze the topic and respond to the theoretical research gap, namely: how can cooperatives contribute to social inclusion and contribute, through social responsibility? And for this, the general objective was presented as: Analyzing the elements inherent to the cooperative principles that contribute to the practices of social responsibility in a Credit Cooperative, from the perspective of employees and members (stakeholders). And the specific objectives classified as: i) Understanding the relationship between Social Responsibility and the Cooperative System; ii) Characterizing the prevalence of elements linked to economic, social and environmental dimensions in a Credit Cooperative and associates (stakeholders);); iii) Analyzing the effective social responsibility practices applied in the Credit Cooperatives analyzed and by some members; iv) Pointing out the CSR contributions to the organization studied. The data collected was through semi-structured interviews, documentary research and participant observation and occurred with analysis and quantitative-qualitative presentation of the research. The study addressed the relationship between Social Responsibility and Credit Cooperatives, highlighting that the cooperative in question integrates social responsibility into its practices aligned with cooperative principles. This promotes sustainable and inclusive development of the communities served. CSR contributions include strengthening reputation, attracting talent and creating shared value. Limitations of the study were recognized, such as possible response bias and reliance on self-report. Suggestions for future research include expanding the study to other cooperatives and analyzing financial data for a quantitative view of commitment to social responsibility. In short, the research concludes that the cooperative studied plays a significant role in promoting social responsibility and sustainability, aligning itself with cooperative principles.

Keywords: Social Responsibility. Organizational Sustainability. Cooperativism. Local and regional Social Development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Círculo virtuoso do cooperativismo financeiro.....	29
Figura 02 – Dimensões dos indicadores Ethos.....	36
Figura 03 – Representação do <i>Triple Botton Line</i>	37
Figura 04 – Relação entre a organização, suas partes interessadas e a sociedade.....	41
Figura 05 – Mapa conceitual da Pesquisa.....	43
Figura 06 – Nuvem de palavras: Responsabilidade Social.....	58
Figura 07 – Há quantos anos é associado ou movimenta com a cooperativa?.....	67
Figura 08 – Você considera que a cooperativa se diferencia de outras empresas em atividades sociais voltadas para a comunidade local?.....	69
Figura 09 - Na sua opinião, as ações de responsabilidade social impactam positivamente na reputação da cooperativa?.....	72
Figura 10 – Quais dos seguintes benefícios você identifica nas atividades de responsabilidade social da cooperativa?.....	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Evolução dos Princípios Cooperativistas segundo a ACI.....	26
Quadro 02 – Evolução da legislação do cooperativismo de crédito no Brasil.....	31
Quadro 03 – Responsabilidade Social Interna e Externa.....	39
Quadro 03 – Conceito, variáveis e questões de campo da entrevista semiestruturada.....	51
Quadro 04 – Relevância da atuação de Responsabilidade Social nas empresas.....	58
Quadro 05 – Conhecimento das ações sociais realizadas pela Cooperativa.....	61
Quadro 06 – Benefícios gerados para a sociedade/municípios e comunidades nas ações sociais	65
Quadro 07 – Perfil dos respondentes do público externo.....	66
Quadro 08 – Comparação de respostas do público interno (colaboradores) e externo (associados/stakeholders).....	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Perfil de respondentes da Entrevista Semiestruturada.....	56
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACI – Aliança Cooperativa Internacional

GPTW – Great Place to Work

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras

RES – Responsabilidade Social

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	16
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	17
1.3 JUSTIFICATIVAS DO ESTUDO.....	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 COOPERATIVAS E COOPERATIVISMO.....	21
2.1.1 Valores e Princípios do Cooperativismo.....	25
2.1.2 Cooperativa de Crédito.....	27
2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	33
2.2.1 Princípios da Responsabilidade Social.....	39
2.3 RELAÇÃO ENTRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO.....	41
3 METODOLOGIA.....	44
3.1 CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	44
3.2 CAMPO DE PESQUISA.....	46
3.3 PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	48
3.4 COLETA DE DADOS.....	49
3.4.1 Entrevista semiestruturada.....	50
3.4.2 Observação participante.....	52
3.4.3 Questionário.....	52
3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	53
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	56
4.1 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES DO PÚBLICO INTERNO.....	56
4.2 ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS ACERCA DA RSE E PROJETOS EM ANDAMENTO.....	57
4.2.1 Entendimento acerca de RSE pelos entrevistados.....	57
4.2.2 Conhecimento das ações desenvolvidas pela Cooperativa.....	61
4.2.3 Correlação da Cooperativa com RSE na visão dos entrevistados.....	62
4.3 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES DO PÚBLICO EXTERNO – ASSOCIADOS.....	66

4.4 ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS ACERCA DA RSE E PROJETOS EM ANDAMENTO SOB A PERSPECTIVA DOS ASSOCIADOS.....	68
4.5 ANÁLISE CONJUNTA.....	73
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	76
REFERÊNCIAS.....	80
APÊNDICE A – Autorização da Empresa.....	87
APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	88
APÊNDICE C – Percepção dos colaboradores acerca da responsabilidade social na cooperativa.....	90
APÊNDICE D – Percepção dos clientes/associados acerca dos processos de Responsabilidade Social da cooperativa.....	92
APÊNDICE E – Roteiro para observação participante.....	99

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico e o aumento da população mundial, o cotidiano da humanidade mais do que nunca está composto por organizações, essas que representam um esforço coletivo para crescimento, desenvolvimento e para atingir determinados fins. As organizações são parte fundamental integrantes de uma sociedade e elas geram impactos aos indivíduos que convivem nela. (CASTRO, 2021). Aumentando assim, a complexidade da gestão empresarial que necessita de olhares para além do econômico e também para a transformação e avanço de uma sociedade, uma vez que, segundo Karkotli e Aração (2004, p.13), “o crescente nível de informação e conscientização da sociedade está alterando a gestão das empresas e impelindo-as a assumirem novos compromissos que vão além da ordem econômica contratada no mercado”.

Sen e Kiksberg (2010), transcrevem que “a globalização é vista frequentemente como uma ocidentalização globalizada”, visto que o domínio do Ocidente, transcorre sobre o capitalismo contemporâneo, do qual, tem estabelecido regras de comércio e relações de negócio que não atendem interesses das populações mais pobres do mundo. (SEN; KIKSBERG, 2010).

Para Castro (2021), as organizações passaram a serem responsáveis pelo desenvolvimento social de processos em diferentes áreas. Destarte que, passou a ser exigida uma postura ética e transparente dos empresários e consumidores em geral, visando o apoio ao desenvolvimento social saudável, buscando a prática de princípios e valores adotados pelas organizações que se postulavam com responsabilidade social.

Concomitante, autores focais como Sen e Kiksberg (2010), descrevem que “a economia é uma ciência humana”, e por isso, carrega valores humanos. Dessa forma, o desenvolvimento das empresas, sempre deverá ser voltado a ética, e não se deve discutir somente os meios para se chegar a predeterminados fins, mas é necessário debater os fins. Ou seja, as considerações de desenvolvimento econômico devem ser aprimorados em conjunto com a responsabilidade social de forma conjunta, podendo ser substancialmente enriquecidos.

E em meio as mudanças constantes, são as estratégias e ações constantes que contribuem com a melhoria do ambiente social institucional que fortalece a competitividade empresarial. Dessa forma, segundo Sausen *et al* (2020, p. 3) “o desenvolvimento das organizações – associado à elaboração e à implementação de estratégias inovadoras em âmbito de gestão – influencia o desenvolvimento das comunidades e dos territórios dos quais fazem parte, em nível local e regional”.

Outrossim, os economistas, ao procederem com seus estudos, não tinham objetivo no bem-estar da sociedade, pois desde Adam Smith, as ciências só poderiam debater acerca da prosperidade econômica, e não para os fins em si mesmos. Destaca, Putnam (2008) que todos os debates sobre os objetivos e valores humanos estão fora do campo científico; são discussões que não têm uma resolução racional.

Inicialmente o mercado era concebido como uma fonte da melhoria da condição humana, algo que não se idealiza de forma concreta, pois o objetivo do mercado passou a se concentrar diretamente no lucro, com isso, a condição humana e social ficou como segundo plano nas organizações. (SCHROEDER; SCHROEDER, 2004).

Na busca de uma consciência social empresarial, que é cuidado para um desenvolvimento sustentável, juntamente com práticas sociais aplicadas, um tema entra fortemente em foco e passa a fazer parte das estratégias empresariais: a Responsabilidade Social. A partir das considerações acerca de responsabilidade social, discutiu-se a responsabilidade social em uma cooperativa de crédito, uma vez que, conforme discorre Chaves *et al*, (2015, p. 273) que: “estas organizações visam, por meio de ações apresentar respostas para os problemas sociais”.

Diante disso, as organizações deveriam atrelar sua Responsabilidade Social com seus objetivos empresariais. Ou seja, através da necessidade do retorno para a comunidade ao seu redor, as empresas deveriam enxergar um meio de ao mesmo tempo ressaltar suas qualidades para aumentar seus lucros. (OLIVEIRA *et al*, 2014).

Nesse contexto, um cenário ideal para uma organização seria uma inversão de valores, priorizando as ações sociais em sintonia com o detrimento econômico e não somente a favor dele, mesmo que isso ainda não faça parte da cultura desse setor, mas sim, visando a uma mudança de postura ética e moral da empresa (REIS, 2007). Uma empresa além de ser um negócio que visa lucratividade é também uma organização social formada por grupos de pessoas que buscam satisfazer suas necessidades básicas, sendo assim, se torna difícil gerir uma atuação que compatibilize entregas em comum entre econômico e social, mas é uma necessidade que o mercado e a população impõem para alinhar a satisfação de suas necessidades (REIS, 2007).

Além da visão comercial, Reis (p. 297, 2007), aponta que os motivos humanitários são os principais impulsos à ação social das empresas brasileiras, “podendo representar um processo inicial de maior conscientização dos empresários sobre seu compromisso e sua responsabilidade perante os problemas sociais”.

Conforme Chaves *et al* (2015, p. 274) “a responsabilidade social vem se apresentando de forma difundida nas organizações nos últimos anos”, o interesse dos administradores pelo tema cresce substancialmente, sendo que a responsabilidade social também capta a atenção da sociedade como um todo.

A origem da Responsabilidade Social no Brasil ainda é incerta, embora seja escassa a disponibilidade de fontes diversas, a literatura sobre o tema aponta no sentido de que o marco da Responsabilidade Social no Brasil foi a “Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas” publicada em 1965 pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil-ADCEBrasil (ASHLEY, 2005; SOUSA, 2010).

Entende-se como responsabilidade social, a ação de trazer benefícios a humanidade, por meio de atos voluntários, através de uma decisão. A partir deste conceito, torna-se possível refletir acerca deste assunto, como uma possibilidade de as empresas levarem para a comunidade, meios de produção ou de prestação de serviço que satisfaçam a população e não prejudique a vida em sociedade. A responsabilidade social de uma organização é diretamente vinculada a contribuição do desenvolvimento da organização, inclusive econômico (ASHLEY, 2005; SOUSA, 2010).

Em um contexto de desenvolvimento e contribuição social, o cooperativismo é trazido no debate, por somar forças para a inclusão social e econômica, a transformação da sociedade, a geração de novos empregos e o efetivo desenvolvimento, focado em ações de responsabilidade social (SAUSEN *et al*, 2020).

Com um olhar de sustentabilidade organizacional e com natureza do desenvolvimento em conjunto, a essência do cooperativismo é a responsabilidade social, com práticas voltadas aos ambientes internos, externos e à sociedade em geral. Considerando ainda, o mercado competitivo, as cooperativas de crédito assumem papel focal e importante quanto ao desenvolvimento da região, justamente pela sua representatividade social (OCB, 2018), bem como, pelo aproveitamento das economias locais, pelo incentivo as pessoas envolvidas nela, por serem multiplicadoras de educação, investimentos, pela desconcentração da renda, por garantirem a sustentabilidade perante o mercado e sociedade e entre outras inúmeras justificativas das quais as cooperativas de crédito atuam como agentes promotores de desenvolvimento econômico e social (SAUSEN *et al*, 2020).

Segundo o Portal do Cooperativismo Financeiro, o surgimento do cooperativismo ocorreu no período da Revolução Industrial, no interior da Inglaterra, por um grupo de 28 tecelões, diante do grande índice de desemprego e a desvalorização dos salários. Em virtude da miséria, falta de expectativa de melhora nas questões de emprego na época, da exclusão e de

outros problemas, esse grupo de tecelões se reuniu para montar um novo negócio, formando-se a primeira cooperativa conhecida pela história, chamada de Sociedade dos Probos de Rochdale.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

As cooperativas são organizações com características peculiares e que atuam competitivamente no mercado e possuem a responsabilidade social como um grande foco e de interesse para a atual gestão empresarial (CHAVES et al, 2015). Tornando-se um relevante estudo com este viés em uma cooperativa.

Filosoficamente [portanto] o alicerce do cooperativismo é a cooperação, por meio da solidariedade e ajuda mútua que lhe são inerentes, enquanto que sociologicamente, seu fundamento consiste na tentativa da classe operária de melhorar as condições sociais e econômicas a que estava submetida (MARROQUIM, 2010, p. 12).

O cooperativismo é um fenômeno inovador e demonstra força de trabalho colaborativo em suas diversas formas e a colaboração possui visualização de elo entre cooperativismo e responsabilidade social.

Sem e Kiksberg (2010, p. 43) afirmam que

a principal esperança de harmonia no mundo contemporâneo se encontra na pluralidade de nossas identidades que se cruzam umas com as outras e agem contra as divisões rígidas em torno de uma linha única e endurecida de divisão impenetrável. Nossa humanidade compartilhada é desafiada brutalmente quando o confronto é unificado em um só suposto sistema dominante de classificação (...). A diversidade plural pode ser muito unificadora, de uma forma que um sistema único de divisões predominantes não é.

Com isso, o ponto central é o ser humano, o bem-estar, a satisfação da sociedade e proporcionar uma melhor distribuição das riquezas, promovendo equilíbrio, justiça e desenvolvimento entre os processos sociais e econômicos das organizações e sociedade (MARROQUIM, 2010).

Deste contexto emerge a seguinte questão: como as cooperativas podem contribuir para a inclusão social e contribuir, através da responsabilidade social?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas da responsabilidade social em uma Cooperativa de Crédito, pela visão dos colaboradores e associados (*stakeholders*).

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Compreender a relação entre Responsabilidade Social e o Sistema de Cooperativismo;
- b) Caracterizar a prevalência de elementos ligados as dimensões econômica, social e ambiental em uma Cooperativa de Crédito e associados (*stakeholders*);
- c) Analisar as práticas efetivas de responsabilidade social aplicada nas Cooperativa de Crédito analisadas e por alguns associados;
- d) Apontar as contribuições de RSE para a organização estudada.

1.3 JUSTIFICATIVAS DO ESTUDO

Os processos de globalização do setor organizacional evidenciam o aumento de inúmeros problemas em ordem social em suas mais tradicionais formas. Com isso, a responsabilidade social das empresas, por mais que seja um tema trabalho a diversos anos, ainda sim, vem sendo questionada e novos desafios são impostos para tratar as emergências de medidas de enfrentamento de problemas sociais no gerenciamento de negócios. Conforme Reis (2007, p. 1) “não é mais possível conviver com o paradoxo de importantes inovações tecnológicas de um lado e a degradação da vida humana de outro”. Destarte que a pesquisa possui forte justificativa pois, o atual momento vivido na sociedade capitalista mundial suscita um repensar nos valores que regem a vida em sociedade, em uma perspectiva de desenvolvimento econômico e social, de forma sustentável, para que as futuras gerações possuam organizações que atuem de forma social (REIS, 2007).

As cooperativas, incluindo as cooperativas de crédito, estão cada vez mais reconhecendo a importância da responsabilidade social como parte integrante de suas operações. As novidades em relação à responsabilidade social em cooperativas incluem a integração da responsabilidade social na identidade cooperativa, a inovação financeira sustentável, o aumento da transparência e comunicação, a ênfase na educação financeira e a integração da tecnologia.

Ademais, preocupar-se com a Responsabilidade social nas empresas é de suma importância atualmente, pois conforme Reis (2007), a discussão sobre responsabilidade social nas empresas vem à tona, diante da gravidade dos problemas sociais e a emergência de

alternativas para o enfrentamento dessa realidade. O movimento de RES é composto por ambiguidades e controvérsias no setor privado, e somado a isso, as discussões sobre a necessidade de suprimir com as necessidades básicas e da situação de boa parte da população na sociedade, tornando a RES das empresas um desafio ainda maior.

Com essa perspectiva de responsabilidade social, vem recrudescendo um movimento junto à sociedade, ganhando mais espaço no setor privado, tanto em esfera nacional quanto internacional, a responsabilidade social nas empresas (REIS, 2007).

“A iniciativa privada, como principal força de crescimento e do desenvolvimento, é hoje o centro das atenções e traz consigo maiores responsabilidades e outras expectativas sobre sua conduta” (GRAYSON; HODGES, 2002, p. 63) – enquanto alternativa e compromisso social que contribua para a construção de uma sociedade mais justa, social e economicamente responsável e sustentável, pois é consenso que o contexto atual está ficando insustentável e há necessidade de se discutir como diferentes interesses entre Estado, mercado/organizações e sociedade, podem convergir e serem assumidos enquanto um fim comum para uma sociedade melhor.

O olhar para associados, sendo também *stakeholders* da Cooperativa se dá pois, segundo Pereira Pavão *et al* (2012) as Cooperativas vêm desempenhando para esse modelo de empreendimento, que tem uma proximidade muito grande com seus cooperados, funcionários, parceiros, comunidades e fornecedores. Esses grupos também podem ser denominados de *stakeholders*.

Afirma Ribeiro (2013, p. 26), que “pode-se dizer que é um tema que surgiu em primeiro lugar na área da Administração, quando se propôs compreender o papel das organizações e suas contribuições”, para o crescimento econômico e desenvolvimento humano no tecido social do qual também são parte. Partindo desta compreensão, visualiza-se a necessidade de crescimento de pesquisas no intuito de incentivar que mais organizações atuem com foco em responsabilidade social.

O movimento social realizado em cooperativas em comparação a outras organizações, muitas vezes é moldada pelas suas características e princípios únicos, sendo eles, o maior envolvimento com a comunidade, o foco em benefício mútuo, a entrega de acessibilidade financeira, a ênfase na educação financeira e o apoio a comunidade local.

Os principais fatores convergentes que deram origem ao resultado deste trabalho sucedeu de um lado, a influência dos meus estudos de graduação em Direito, que processavam-se sobre os direitos da sociedade em conjuntura com o estudo sobre a importância da atual social e bem-estar nas organizações e a influência da minha atuação profissional, em uma Cooperativa de

Crédito, que fazem com que exista a percepção da influência do cooperativismo sobre a responsabilidade social.

E de outro lado, o interesse em conciliar a administração de organizações atuais para desenvolver respostas para algumas das preocupações trazidas no âmbito da sociedade atual, trazendo a construção ética, moral e política, comunicando com a responsabilidade social que aplica-se em uma cooperativa de crédito, para compreender quais são as suas principais práticas.

A presente dissertação enquadra-se no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Passo Fundo – PPGAdm, com o objetivo de identificar quais são as práticas de Responsabilidade Social interna em uma cooperativa. Por ser uma pesquisa empírica vê-se, com a aproximação da cooperativa estudada, a oportunidade de trazer um conhecimento tácito para dentro da academia, e expô-lo à aprendizagem.

Há várias razões pelas quais o estudo do cooperativismo como instrumento de responsabilidade social é importante. Em primeiro lugar, o cooperativismo tem uma longa história de contribuição para o desenvolvimento econômico e social em muitas partes do mundo. Como tal, as cooperativas têm um potencial significativo para serem agentes de mudança social positiva. Em segundo, o cooperativismo pode ser visto como uma forma de responsabilidade social corporativa, pois as cooperativas operam com uma abordagem mais democrática e participativa em relação às decisões empresariais. E, em terceiro, as cooperativas têm um forte compromisso com o desenvolvimento sustentável e com a responsabilidade social e ambiental, e é através do público interno, colaboradores e externo, associados, que buscar-se-á apresentar a solução para o problema de pesquisa. As cooperativas possuem objetivos sociais e ambientais, o que pode levar a uma abordagem mais equilibrada e sustentável aos negócios. (CLAYTON, 2007).

Concomitante a isso, Clayton (2007, não paginado), afirma que “o cooperativismo é uma forma única de organização empresarial que pode promover a responsabilidade social e o desenvolvimento econômico e social em muitas partes do mundo”. O autor destaca que as cooperativas são organizações motivadas em valores cooperativos, que têm um forte compromisso com o bem-estar de seus membros e da comunidade em que estão inseridos, e que buscam formas de contribuir positivamente para a sociedade. Clayton argumenta que as cooperativas podem ser agentes de mudança social positiva, ajudando a promover a inclusão social e a redução da pobreza em muitas partes do mundo.

Segundo Chaves e Miranda (2019, não paginado), “as cooperativas podem ser vistas como uma forma de responsabilidade social corporativa, pois as cooperativas operam com uma

abordagem mais democrática e participativa em relação às decisões empresariais”. Os autores destacam que essa abordagem pode levar a uma maior inclusão social e envolvimento dos membros da comunidade na tomada de decisões empresariais. Chaves e Miranda argumentam que as cooperativas podem ser particularmente relevantes em contextos de pobreza, onde o acesso limitado aos recursos pode limitar a capacidade das pessoas de alcançar uma vida digna.

Além disso, o estudo do cooperativismo como instrumento de responsabilidade social ajuda a entender como as cooperativas podem contribuir para a inclusão social e a redução da pobreza em muitas partes do mundo. Isso pois, as cooperativas podem fornecer um meio para as pessoas se unirem e criarem soluções para seus problemas comuns, incluindo questões motivacionais, sociais e ambientais (CHAVES; MIRANDA, 2019).

A pesquisa proposta é justificada pela necessidade premente de compreender o papel das cooperativas no contexto da responsabilidade social empresarial e sua contribuição para a inclusão social. Nesse sentido, a justificativa se baseia nos seguintes pontos: Crescente Relevância da Responsabilidade Social Empresarial; Potencial Transformador das Cooperativas; Necessidade de Evidências Empíricas; Contribuição para o Desenvolvimento Sustentável.

Com isso, a pesquisa também justificou-se pelo contexto que esse tema se insere, o estudo do cooperativismo como instrumento de responsabilidade social pode ajudar a identificar as melhores práticas e desafios enfrentados pelas cooperativas em relação à responsabilidade social. Isso pode levar a uma maior compreensão de como as cooperativas podem maximizar seu impacto positivo na sociedade e contribuir para o desenvolvimento sustentável.

Ademais, concomitante a essas afirmações o Anuário de Cooperativas (OCB, 2023, não paginado), destaca que: “As Cooperativas de Crédito prestam serviços financeiros aos seus cooperados, mas possuem um propósito que vai muito além disso: melhorar a qualidade de vida das pessoas e gerar desenvolvimento para a sociedade”.

Portanto, o estudo do cooperativismo como exemplo de responsabilidade social é importante para entender o papel das cooperativas na promoção da inclusão social, na redução da pobreza e na construção de uma sociedade mais equitativa, democrática e sustentável. Espera-se sobretudo fornecer subsídios para o aprofundamento de um debate interdisciplinar em torno da efetividade responsabilidade social nas organizações, em busca de respostas teóricas congruentes para promover mudanças necessárias e efetivas na realidade da sociedade.

Exposta a justificativa da presente pesquisa, o projeto de dissertação é desenvolvido com esse foco. Na próxima sessão, abordar-se-á a parte teórica da pesquisa, os procedimentos metodológicos, cronograma, orçamento e os apêndices.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta sessão discorre-se uma breve discussão conceitual sobre a temática do presente projeto de dissertação. A seção está dividida em três subseções, tratando os aspectos teóricos sobre responsabilidade social e cooperativismo, desenvolvendo embasamento para a responsabilidade social em cooperativas. Trazendo inicialmente teorias e conceitos e a história de Cooperativa e o Cooperativismo; posterior aborda-se sobre Responsabilidade Social e finalizando, trazendo a correlação entre a importância que as Cooperativas trazem a responsabilidade social.

2.1 COOPERATIVAS E COOPERATIVISMO

A noção contemporânea do cooperativismo, tem suas raízes no movimento social iniciado por uma classe trabalhadora em 1844. Decerto, esta não foi a primeira manifestação de cooperativismo no mundo, todavia é um forte marco histórico e carrega todas as experiências passadas e falhadas, de muitas iniciativas, que serviram de engrandecimento (LIMA, 2019).

Um momento importante do Cooperativismo ocorreu em 2 de dezembro de 1969, onde criou-se uma própria entidade de representação para as cooperativas, sendo criada a Organização das Cooperativas Brasileiras, nascendo uma defensora dos interesses do cooperativismo nacional (OCB, 2015).

Os modelos cooperativistas avançaram no mundo e possuem foco principal de responsabilidade social. A presença do cooperativismo está em quase todos os países do mundo e representa significativa importância econômica, social e política. Uma parte da população mundial está, de alguma forma, ligada ao cooperativismo. Segundo Nied, Forgiarini e Alves (2022, p. 5) “a expansão do movimento cooperativista pelo mundo, principalmente na Europa, culminou na fundação da Aliança Cooperativa Internacional – ACI, em 1985”, do qual foi criada com a missão de ser uma entidade representativa dos ideais cooperativistas, unindo todas as cooperativas do mundo, e sendo disseminadora dos princípios do cooperativismo.

No Brasil, o cooperativismo é relevante em vários setores da economia e, nos últimos anos especialmente a partir da década de 1990, o número de cooperativas cresceu

consideravelmente. E no que concerne em pesquisas sobre o cooperativismo, as publicações sobre cooperativismo, no Brasil, datam do início do século XX (SILVA *et al*, 2014).

Conforme a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB (2015), os primeiros passos do cooperativismo no Brasil eram observados desde a época da colonização portuguesa, estimulada por funcionários públicos, operários, militares e profissionais liberais, do qual realizaram um movimento em 1889 no estado de Minas Gerais, com a fundação da Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, depois disso foram surgindo outras Cooperativas, por outros estados brasileiros.

Ainda, descreve a OCB, que a Cooperativa mais antiga em funcionamento é a Cooperativa de Crédito: Sicredi Pioneira, criada em 1902, pelo padre suíço Theodor Amstad, com sede em Nova Petrópolis (RS), a cooperativa foi a solução encontrada para melhorar a vida de muitos moradores do município que não contavam com nenhum banco até então (OCB, 2015).

O setor cooperativo promove a aplicação de recursos privados, assumindo correspondentes riscos em favor da própria comunidade, promovendo o desenvolvimento da sociedade, sendo de singular importância para as regiões em que atua. Promove o desenvolvimento local, por meio de iniciativas promovidas para os cidadãos, nos aspectos de iniciativas empresariais, formação de poupança, financiamento e entre outros, trazendo inúmeros benefícios para distribuição de renda e geração de empregos na comunidade (JACQUES; GONÇALVES, 2016).

Segundo Nied, Forgiarini e Alves (2021, p. 2), “cooperativa é uma organização formada por pessoas trabalhando em conjunto, por meio da cooperação, que buscam atingir objetivos em comum”. A ideia do cooperativismo surge através da cooperação entre pessoas, pois a maneira mais fácil de alcançar soluções em sociedade é quando um grupo de pessoas trabalham em prol de um mesmo objetivo (FARINELLA; DAL VESCO; FAVRETTO, 2018).

Para Viana, Vaccaro e Venzke (2018), o cooperativismo significa o sistema de organização econômica que busca eliminar desajustes sociais. Já segundo a Aliança Cooperativa Internacional – ACI (2015), afirma que cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, para voluntariamente satisfazer suas próprias necessidades econômicas, sociais e culturais, através de uma empresa controlada democraticamente. E ainda, para a OCB (2015), o cooperativismo é a forma ideal de organização, pois une o desenvolvimento econômico e o bem-estar social. É justamente um sistema baseado na união de indivíduos e não somente de capital, do qual gera prosperidade conjunta.

De acordo com Sales (2010), o cooperativismo, possui objetivos definidos para alcançarem dentro de um grupo, é uma forma de somar capacidades e preservar a força econômica e de vida dos indivíduos. Uma cooperativa quase sempre surge de momentos de dificuldades e da consciência da fragilidade do homem sozinho dentro do mundo em que ele atua.

Para Vargas e Ferreira (2020), “o cooperativismo é uma forma de organização empresarial que busca conciliar a eficiência econômica com a justiça social e a responsabilidade ambiental”. Os autores destacam que as cooperativas têm uma abordagem mais equilibrada e sustentável aos negócios, o que pode levar a benefícios psicológicos, sociais e ambientais para a comunidade em que estão inseridos. Vargas e Ferreira argumentam que o cooperativismo é uma importante alternativa de desenvolvimento em um mundo cada vez mais globalizado e desigual.

Destarte, que pela análise de Souza e Costa (2012), descreve que, apesar da longa história e da importância socioeconômica do cooperativismo, ele é um fenômeno pouco compreendido, é visto somente sob aspectos doutrinários, e ainda, discorre que: “não se pode entender um fenômeno social tão complexo e dinâmico olhando apenas sob um determinado prisma” (SOUZA; COSTA, 2012, p. 56).

O cooperativismo está fundamentado em sua doutrina. A Lei n 5.764/71 trata sobre a Política Nacional do Cooperativismo, do regime político das sociedades cooperativas e define (BRASIL, 1971, não paginado) as cooperativas como “são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características”:

- I - adesão voluntária, com número ilimitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços;
- II - variabilidade do capital social representado por quotas-partes;
- III - limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais;
- IV - inaccessibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;
- V - singularidade de voto, podendo as cooperativas centrais, federações e confederações de cooperativas, com exceção das que exerçam atividade de crédito, optar pelo critério da proporcionalidade;
- VI - quorum para o funcionamento e deliberação da Assembléia Geral baseado no número de associados e não no capital;
- VII - retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembléia Geral;
- VIII - indivisibilidade dos fundos de Reserva e de Assistência Técnica Educacional e Social;
- IX - neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social;
- X - prestação de assistência aos associados, e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

XI - área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços. (BRASIL, 1971, não paginado).

Segundo Coutinho e Cardoso (2019), as cooperativas buscam crescimento econômico, social e educacional comum. Inserido na Doutrina econômica, com isso, a doutrina cooperativista correlaciona o âmbito social e o econômico (CENZI, 2012). Segundo Farinella, Dal Vesco e Favretto (2019), o modelo de aplicação do cooperativismo é baseado por princípios nos quais ainda se diferenciam das sociedades normais. E esses princípios já foram previstos e colocados em prática desde a fundação da primeira cooperativa formal do mundo, na Inglaterra, em 1844. Após isso, os princípios foram sendo revisados para a realidade do mundo atual, com a modernização do cooperativismo e se adaptando a economia mundial (GAWLAK, 2013).

Segundo Figueiredo (2009), cooperar é união de pessoas para enfrentar juntas situações e dessas transformar em oportunidades de bem-estar econômico e social. E, o cooperativismo é um movimento internacional, que possui o objetivo de tirar o homem de seu individualismo para a cooperação entre as pessoas.

A origem do cooperativismo foi de grande significado (PILETTI *et al*, 2015). Cooperativa é uma organização de pelo menos vinte pessoas físicas, unidas pela cooperação, com objetivos econômicos e sociais em comum (FIGUEIREDO, 2009). As pessoas descobriram a força da união e a importância de se ajudarem para um crescimento e desenvolvimento em sociedade, com ajuda mútua. Com o passar do tempo e a necessidade de busca de conhecimento, possibilitaram o surgimento e o desenvolvimento das cooperativas. (PILLETI *et al*, 2015).

Pelas mesmas razões, Meinen e Port (2016) afirmam que:

As cooperativas lideram inúmeras iniciativas de caráter sócio-cultural-humanitário. Aliás, é difícil imaginar um evento cultural, um encontro esportivo ou uma mobilização comunitária para arrecadar fundos com propósitos filantrópicos, sem o engajamento de associados, dirigentes e colaboradores de alguma cooperativa.

Nesse sentido, Wilkinson e Eid (2014), descrevem que as cooperativas têm um forte compromisso com o desenvolvimento sustentável e com a responsabilidade social e ambiental. Os autores destacam que as cooperativas muitas vezes têm objetivos sociais e ambientais além dos objetivos econômicos, o que pode levar a uma abordagem mais equilibrada e sustentável aos negócios. Wilkinson e Eid argumentam que as cooperativas podem contribuir para a construção de uma economia mais justa e sustentável, através da promoção de práticas empresariais socialmente e ambientalmente responsáveis.

Para Rocha (2013), o cooperativismo é uma forma de organização econômica que se baseia na união de pessoas com interesses em comunidade, buscando benefícios psicológicos, sociais e culturais por meio da cooperação e da ajuda mútua. O autor destaca que as cooperativas se diferenciam de outras formas de organização empresarial pelo seu foco na satisfação das necessidades dos membros e não no lucro. Rocha argumenta que as cooperativas são importantes agentes de desenvolvimento econômico e social em muitas partes do mundo, e que têm potencial para promover a inclusão social e a redução da pobreza.

Em resumo, a literatura destaca que o cooperativismo é uma forma de organização econômica democrática e participativa, que busca conciliar a eficiência econômica com a justiça social e a responsabilidade ambiental. As cooperativas são importantes agentes de desenvolvimento econômico e social, e têm potencial para promover a inclusão social, a redução da pobreza e a sustentabilidade.

2.1.1 Valores e Princípios do Cooperativismo

Assim como os princípios, os valores do cooperativismo possuem pilares básicos e com isso, possuem uma relação muito próxima entre si. Conforme Ailos – Sistema de Cooperativas (2022), os valores do cooperativismo são definidos em: ajuda mútua e responsabilidade, democracia, igualdade, equidade, solidariedade, honestidade, transparência e responsabilidade social.

Para Schneider (2012) os valores são concepções do que é desejável e influem no comportamento coletivo. A solidariedade tem como base a cooperação. A liberdade, refere-se à liberdade de participar, de definir, controlar e executar decisões sem interferência dos poderes externos. A democracia, significa o direito de participação em todas as diretivas. A justiça social, promove a economia, cultura e qualidade de vida das pessoas. E, a equidade possui vertentes de estabelecer deveres e direitos iguais para todos. Com isso, para Chaves (2006) reafirmando os valores, as cooperativas se fortalecem e enfrentam os efeitos da globalização.

Para reafirmar o posicionamento do cooperativismo e garantir a sua sustentabilidade, Sausen et al (2019), descrevem que existe um conjunto de princípios básicos do cooperativismo. Estes princípios foram revisitados em congressos pela ACI, nos anos de 1937, 1966 e 1995 e atualmente estão em vigor os princípios definidos em 1995 e apresenta que a ação cooperativa em qualquer parte do mundo, deve orientar-se pelas diretrizes de princípios formadas pela ACI.

No quadro 01 são apresentados os primeiros princípios do cooperativismo, de 1844 de Rochdale e os princípios definidos pela ACI em 1995, que seguem vigentes até hoje.

Quadro 01 – Evolução dos Princípios Cooperativistas segundo a ACI

Princípios Cooperativa de Rochdale de 1844	Princípios atuais Conferencia da ACI de 1995
1 – Adesão livre;	1 – Adesão livre e voluntária;
2 – Gestão democrática, um sócio, um voto;	2 – Gestão democrática;
3 – Juro limitado ao capital investido;	3 – Participação econômica;
4 – Retorno proporcional das sobras de acordo com as operações de cada sócio;	4 – Autonomia e independência;
5 – Neutralidade política e religiosa;	5 – Educação, formação e informação;
6 – Todas as vendas seriam à vista;	6 – Intercooperação;
7 – Promover educação dos sócios;	7 – Interesse pela comunidade.
8 – Os produtos vendidos seriam puros e de qualidade.	

Fonte: Adaptado de Cançado, et al, 2015, p. 65).

Segundo SCHNEIDER (2019), as cooperativas colocam seus valores em prática por meio de seus princípios. Detalhando um pouco mais sobre cada um dos princípios do cooperativismo, adotados pela ACI e conforme abordado pelo Portal do Cooperativismo Financeiro (2023):

- 1) **Adesão Livre e voluntária:** permite que todas as pessoas que desejam cooperar, possam utilizar os serviços e assumir as responsabilidades como membros da cooperativa, sem discriminação de sexo, gênero, social, racial, política e religiosa. Esse princípio do cooperativismo tem a ver imediatamente com os valores da liberdade e da igualdade.
- 2) **Gestão democrática:** explica que todos tem direito ao voto, e que a sociedade cooperativa deve guiar-se pelos princípios próprios da democracia, que pressupõe a atuação responsável de todos os membros. Com isso, esse princípio dá vida aos valores da democracia, da igualdade, da transparência e da responsabilidade.
- 3) **Participação econômica:** a formação do patrimônio da cooperativa e o início do seu desenvolvimento é pelo incremento da sua estrutura patrimonial, baseada no capital social e reservas, efetivando os valores de responsabilidade e solidariedade pelos efetivos da cooperativa.
- 4) **Autonomia e Independência:** as cooperativas são organizações autônomas de ajuda mútua, pois são controladas por seus membros. Em resumo, qualquer iniciativa negocial que envolva a participação das pessoas não pode afetar o controle democrático pelos próprios associados. Referindo-se aos princípios de democracia, transparência e honestidade.
- 5) **Educação, formação e informação:** com a boa prática cooperativista, estas promovem a educação e a formação de seus membros. Informam o público em geral sobre suas ações, atuam com sustentabilidade no empreendedorismo. Os valores e os princípios do cooperativismo estão em perfeita sintonia com o que se quer como

norteadores de vida para os jovens e também adultos dessa nação. Esse princípio se relaciona com os valores de transparência e da responsabilidade.

6) **Intercooperação:** o trabalho deve ser conjunto desde a base. É nesse objetivo que se pratica o valor da solidariedade, para que as entidades coirmãs do mesmo ramo e de outros ramos se desenvolvam e se mantenham saudáveis

7) **Interesse pela comunidade:** as cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentado das suas comunidades através das políticas aprovadas pelos membros. Visam aos interesses dos próprios membros e esses possuem a competência para deliberar sob que diretrizes as administrações devem cumprir a orientação doutrinária. O interesse pela comunidade exige das cooperativas o apoio a projetos e soluções que sejam sustentáveis tanto do ponto de vista econômico, social e ambiental. Esse princípio associa-se ao valor da responsabilidade socioambiental (PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO, 2023, não paginado).

Conforme descrição dos princípios cooperativista, destaca-se a importância desses para o compromisso social, conforme afirma Chaves et al (2015, p. 282):

Os princípios cooperativos mostram que as cooperativas, além de suas particularidades como ajuda, possuem um compromisso com a comunidade, melhoram a qualidade de vida e atuam como agentes de mudança humana, econômica e social. A condição humana e social no cooperativismo é colocada em primeiro plano. Assim, a cooperativa passa a ser um forte ator social, provedor do bem-estar. Ao incorporar os princípios compreende-se que as cooperativas constituem-se em organizações apoiadas na solidariedade, no compromisso social e no desenvolvimento da comunidade.

Independentemente da fonte, o cooperativismo possui uma preocupação com valores e ideais humanitários em suas definições e essa é a grande diferença em relação às outras iniciativas em caráter empresarial (VIANA, VACCARO, VENZKE, 2018, p. 165).

2.1.2 Cooperativa de Crédito

Foram apresentados os conceitos e a base de teoria sobre cooperativas e cooperativismo, existem inúmeros ramos de cooperativa, de acordo com a Resolução OCB nº 56/2019, que regulamenta a classificação dos ramos do cooperativismo, agora, os ramos cooperativistas são organizados em sete conforme: agropecuário; consumo; crédito; infraestrutura; saúde; trabalho; produção de bens e serviços; e transporte.

Na presente pesquisa, o foco é sobre cooperativas de crédito, pois é nessa categoria de cooperativa que será feita a análise de estudo. Com isso, as cooperativas de crédito são organizações financeiras cooperativas que fornecem serviços financeiros, como empréstimos e depósitos, a seus membros. Segundo Rocha (2013), as cooperativas de crédito são importantes para o desenvolvimento econômico e social, pois oferecem acesso a serviços financeiros para pessoas e empresas que de outra forma poderiam não ter acesso a eles. Além disso, as

cooperativas de crédito são gerenciadas democraticamente pelos membros, o que difere de outras instituições financeiras.

Conforme a OCB (2023, não paginado), a cooperativa de crédito é “composto por cooperativas que se destinam, precipuamente, a prover, por meio da mutualidade, a prestação de serviços financeiros a seus cooperados, sendo-lhes assegurado o acesso aos instrumentos do mercado financeiro”.

Para Paiva e Santos (2017) as cooperativas de crédito são instituições financeiras de crédito são instituições financeiras, constituídas sob forma de sociedade cooperativa e conforme a legislação, podem disponibilizar serviços de cobrança, custódia, recebimento de pagamentos por conta de terceiros.

Assim sendo, a cooperativa de crédito, enquanto espécie do gênero “cooperativa”, objetiva, segundo Schardong (2003, p. 82), “promover a captação de recursos financeiros para financiar as atividades econômicas dos cooperados, a administração das suas poupanças e a prestação de serviços de natureza bancária por eles demandada”.

A legislação vigente sobre cooperativas de crédito no Brasil é a Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que dispõe sobre a Política Nacional de Cooperativismo e institui o regime jurídico das cooperativas. Além disso, as cooperativas de crédito também são regulamentadas e supervisionadas pelo Banco Central do Brasil (BCB), que têm a função de fiscalizar as atividades das cooperativas e garantir a estabilidade do sistema financeiro nacional. (BRASIL, 1971).

Além da legislação específica sobre cooperativas de crédito, essas instituições também devem obedecer às leis e regulamentos que se aplicam ao sistema financeiro em geral, como a Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, que dispõe sobre a política e as instituições financeiras, bancárias e creditícias, e a Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014, que estabelece o regime jurídico das parcerias voluntárias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil (BRASIL, 1964).

As cooperativas de crédito classificam-se em três categorias, de acordo com o previsto na Resolução CMN 5.051/2022, sendo elas: plenas (podem realizar operações mais complexas, principalmente relacionadas a aplicações de recursos); clássicas (estão autorizadas a realizar, além das operações de crédito, as captações à vista e a prazo); e capital e empréstimo (são limitadas a realizar operações de crédito no limite de seu capital social). Essas categorias aprontadas pela resolução determinam a complexidade das operações que estarão autorizadas realizar (BACEN, 2022).

Para Santos (2017), as cooperativas de crédito têm um papel importante na promoção da inclusão financeira e no desenvolvimento local. O autor destaca que as cooperativas de crédito podem desempenhar um papel significativo em contextos em que os bancos comerciais são pouco presentes ou não atendem às necessidades das comunidades locais. Santos argumenta que as cooperativas de crédito são mais propensas a oferecer empréstimos para pequenas empresas e para projetos sociais, e prestar serviços financeiros a pessoas com pouca experiência ou com histórico de crédito ruim.

Como instrumento de desenvolvimento local, as cooperativas asseguram retornar seus recursos para a própria comunidade. Além disso, as cooperativas desenvolvem o ciclo econômico de cada região em que atua, respeitando as aptidões e potencialidades sócio-econômico-culturais, gerando mais incremento de renda e estimulando o desenvolvimento das comunidades (MEINEN; PORT, 2016).

Esse desenvolvimento pode ser ilustrado como o círculo virtuoso do cooperativismo, conforme apresentado na figura abaixo.

Figura 01 – Círculo virtuoso do cooperativismo financeiro



Fonte: Meinen e Port (2016, não paginado).

Com isso, compreende-se que os movimentos das cooperativas são realocados na mesma região e redistribuídos, com isso geram renda que aumenta o poder aquisitivo da população, gerando um resultado final de melhora da qualidade de vida na área de abrangência de uma cooperativa (MEINEN; PORT, 2016).

De acordo com Vargas e Ferreira (2020), as cooperativas de crédito são uma alternativa importante para a diversificação do sistema financeiro, com foco em uma abordagem mais humana e cooperativa. Os autores destacam que as cooperativas de crédito têm uma relação mais próxima com seus membros, o que pode levar a uma maior confiança e fidelidade. Vargas e Ferreira argumentam que as cooperativas de crédito podem ser especialmente relevantes em contextos de crise financeira, pois estão mais focadas em garantir a sustentabilidade financeira de longo prazo, em vez de maximizar o lucro no curto prazo.

Ainda sobre a definição de cooperativa de crédito, Paiva e Santos (2017, p. 598) corroboram que:

A cooperativa de crédito pode ser definida como uma instituição financeira constituída por uma sociedade de pessoas, com forma e natureza jurídica própria, sem fins lucrativos e não sujeita à falência. Tem como princípios fundamentais a união por adesão voluntária e livre, gestão democrática, participação econômica dos membros, autonomia e independência. Disponibilizam aos cooperados a maioria dos serviços dos bancos como conta corrente, aplicações financeiras, cartão de crédito, empréstimos e financiamentos, de modo mais simples e vantajoso. Os cooperados têm poder igual de voto, independentemente da sua cota de participação no capital social da cooperativa de crédito.

Com isso, as cooperativas prestam serviços financeiros de modo mais simples e vantajoso, conforme descrito pelo Banco Central do Brasil (2017), possibilita acesso ao crédito e a outros produtos financeiros, onde os cooperados têm o controle e a direção, definidos pelo voto e assembleia. E ainda, os recursos captados pela poupança são direcionados aos cooperados, gerando o desenvolvimento regional.

A primeira cooperativa de crédito do Brasil, foi constituída em 1902 em Nova Petrópolis, Rio Grande do Sul, denominada inicialmente como Caixa de Economia e Empréstimos Amstad, pois foi fundada pelo Padre Amstad. Ela continua em operação e atualmente denominada como Sicredi – Pioneira/RS (PAIVA; SANTOS, 2017).

As cooperativas de crédito tiveram grande avanço no Brasil, conforme quadro 02, apresenta a evolução da legislação do cooperativismo de crédito no Brasil.

Quadro 02: Evolução da legislação do cooperativismo de crédito no Brasil

Ano	Lei ou Resolução	Conteúdo
1971	Lei nº 5.764	Institui a Política Nacional de Cooperativismo e define o regime jurídico das cooperativas
1997	Resolução CMN nº 2.747	Regulamenta a constituição e funcionamento de cooperativas de crédito
2000	Resolução CMN nº 3.106	Estabelecer critérios para a fiscalização das cooperativas de crédito pelo Banco Central do Brasil
2001	Resolução CMN nº 3.221	Dispõe sobre a operação de crédito por cooperativas de crédito
2002	Resolução CMN nº 3.442	Estabelecer os requisitos para a autorização de funcionamento de cooperativas de crédito
2015	Resolução CMN nº 4.434	Atualizadas as regras para a constituição e funcionamento de cooperativas de crédito
2017	Circular BCB nº 3.904	Estabelecer as regras para o fornecimento de informações pelas cooperativas de crédito ao Banco Central do Brasil

Fonte: criado pelo autor (2023)

Além das normas acima mencionadas, as cooperativas de crédito também devem cumprir as leis e regulamentos cumpridos ao sistema financeiro em geral, como a Lei nº 4.595/1964 e a Lei nº 13.019/2014, entre outras.

Conforme visto na evolução das cooperativas de crédito no Brasil, é importante destacar que, ao longo dos anos, as cooperativas de crédito foram se consolidando como uma alternativa importante ao sistema financeiro tradicional, oferecendo serviços bancários a um público mais amplo e diversificado, incluindo agricultores familiares, micro e pequenos empresários, trabalhadores autônomos e pessoas de baixa renda. A partir dos anos 2000, as cooperativas de crédito também passaram a expandir sua atuação para áreas urbanas e diversificar seus produtos e serviços, incluindo cartões de crédito, seguros, investimentos e serviços de pagamento.

Atualmente, as cooperativas de crédito têm presença em todo o território nacional e são reconhecidamente importantes agentes de inclusão financeira e desenvolvimento local, confiantes para a redução das desigualdades sociais e para o fortalecimento da economia no

âmbito regional e nacional. De acordo com dados do Banco Central do Brasil (2020), em dezembro de 2020, o sistema de cooperativas de crédito no país contava com mais de 11 milhões de associados e cerca de R\$ 212 bilhões em ativos totais.

Nessa linha, em outra manifestação do Banco Central do Brasil, o Ministro Alexandre Trombini proclamou que “a importância do cooperativismo de crédito para o país concentra-se nos objetivos de prover e ampliar a oferta de serviços financeiro, fomentando assim a promoção da inclusão financeira e do desenvolvimento regional” (MEINEN; PORT, 2016, não paginado). E, ainda, sobre análise dos benefícios do cooperativismo financeiro, esses vão além dos 3% do PIB financeiro do País, pois as cooperativas, com efeito, segundo Meinen e Port (2016, não paginado),

constituem-se em referência no conjunto de fatores que combinam aos propósitos dos usuários, participação destes na gestão, envolvimento com as diferentes comunidades e públicos de interesse, precificação e outros aspectos relevantes da atividade de intermediação bancária.

A presença das cooperativas de crédito deixa um contingente substancial de cidadãos à margem do progresso da inclusão social, ganhando enfim a sociedade em um geral.

Haja vista, que não é sem motivo que a Constituição Federal de 1988, em seu art. 174, § 2º, determina que a lei apoiará e estimulará o cooperativismo e outras formas de associativismo, justamente para estimular o desenvolvimento nacional equilibrado (BRASIL, 1988).

Segundo o Anuário de Cooperativas (OCB, 2023), as Cooperativas de Crédito atuam além da prestação de serviços financeiros aos seus cooperados, vão além, por possuírem propósito de melhorar a qualidade de vida das pessoas e gerar desenvolvimento da sociedade.

As cooperativas se firmam como instituições financeiras com um compromisso genuíno pelo associado e sua comunidade (PORT, 2022). Com forte diferencial no relacionamento e no olhar das particularidade locais, aspectos no quais as instituições financeiras tradicionais e digitais têm dificuldade em atuar, por conta de sua proposta de valor massificada. Ainda, as Cooperativas demonstram que pela proximidade física com os associados conseguem entender suas necessidades, seus potenciais e diferenciais, podendo assim investir em pessoas, apoiando projetos, incentivando o desenvolvimento do empreendedorismo local e dando origem a novos negócios, promovendo uma círculo completo de desenvolvimento econômico e social (PORT, 2022).

Para complementar a situação do Cooperativismo no Brasil, cabe abordar um pouco sobre o principal sistema cooperativo de crédito, sendo o Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi) é um conjunto harmônico de cooperativas de crédito que funcionam com regras administrativas, operacionais e jurídicas uniformes. A atual estrutura do Sicredi pode ser assim esquematizada: (i) a base é composta de cooperativas de crédito singulares; no meio estão suas respectivas Centrais e acima vem a Confederação Sicredi Serviços, controladora do Bansicredi S.A.; (ii) em seguida, vêm as empresas não cooperativas que complementam as atividades do macrossistema Sicredi: Corsecoop, corretora de seguros do Sicredi; Bccard, administradora de cartões de débito e crédito do Sicredi e do Sicoob, em parceria; e Redesys, empresa comercial e de assistência técnica de hardware e software, de propriedade da Sicredi-Central/RS, que atende as cooperativas do Sicredi e terceiros interessados.

A missão principal do Sicredi concentra-se especialmente na oferta de soluções financeiras com o objetivo de agregar renda e contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus associados e da comunidade.

Com isso, destaca Port (2022), que ainda hoje as cooperativas valorizam os mesmos ideais surgidos há mais de 100 anos. A ajuda mútua, o empreendedorismo, a educação, o desenvolvimento regional e entre outros, abrangendo assim as necessidades das pessoas e construindo um mundo cada vez melhor.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social (RES) é um conceito que vem se desenvolvendo nos campos das ciências políticas, administração, gestão, da economia e dos sistemas de estado, não sendo um fenômeno específico (RIBEIRO, 2013).

Segundo Oelrich (2009), a responsabilidade social é a obrigação que a empresa com uma sociedade, aumentando os efeitos positivos de suas ações e buscando minimizar os negativos, englobando vários aspectos, como econômicos, legais, éticos e filantrópicos.

Na busca do entendimento de como a responsabilidade social acontece, Zenone (2006, p. 14), descreve que “a responsabilidade social vai além de vontades individuais”, ela possui direção para somar as vontades que constituem um consenso, uma obrigação com a ligação do comportamento de todos os que participam da vida em sociedade com a obrigação moral e econômica.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (1999), conceitua ação social, como o conceito que mais reflete o modelo de atuação das empresas brasileiras que praticam

responsabilidade social, definindo como aquelas ações não obrigatórias, realizadas pelas empresas por meio de doações ou projetos em áreas como assistência social e alimentação, dentre outras.

Essa conceituação resgata a gestão da responsabilidade social das empresas em sua essência, com um estabelecimento de comportamento ético, que atue de forma transparente e socialmente responsável com a sociedade, stakeholders, público interno, baseado em valores e princípios que norteiam as relações e decisões com os diferentes públicos, englobando todos os interesses à gestão de negócios como orientação para a promoção do crescimento e desenvolvimento social (REIS, 2007).

Na prática, a responsabilidade social das empresas refere-se a um modelo de gestão de negócios que visem a consciência do compromisso social e de corresponsabilidade no desenvolvimento social e humano. Que as empresas possam ouvir, preservar e respeitar interesses das partes, público interno e sociedade, incorporando no planejamento de seus negócios a decisão e tomada de decisão de modo que consigam atuar com responsabilidade social, além de visar somente na lucratividade por si só. Não significa mudar totalmente a forma estratégica da empresa, mas sim, incluir pequenas ações sociais para romper com as práticas de produção de lucros e prestação de contas apenas aos acionistas (REIS, 2007).

Segundo Silva et al (2020, p. 233) após o choque da bolsa de Nova York, estima-se que iniciaram as discussões acerca da atuação dos administradores e das organizações frente ao capitalismo voraz, passando a questionar e exigir um posicionamento das organizações mais social, voltado ao crescimento e desenvolvimento econômico sustentável, diante de todos os efeitos provocados pela atividade econômica. O autor ainda reforça que “ao passo que, a globalização possibilitou a expansão comunicacional, tecnológica e a ampliação da abrangência de atuação das grandes corporações, este mesmo fenômeno rompeu o véu que distanciava as organizações do seu entorno, principalmente da população ao seu redor” (SILVA et al, 2020, p. 233).

Com isso, esse contexto globalizado do mundo contemporâneo, principalmente da população ao seu redor passaram a cobrar ações que visassem melhorar as ações sociais, que pudessem mitigar efeitos negativos das atividades empresariais no ambiente em que atuam (SILVA et al, 2020).

A responsabilidade social empresarial no Brasil foi sendo compreendida a partir de um contexto político, econômico e social, com participantes como o Estado, as Organizações Não-Governamentais (ONGs), as empresas, os movimentos sociais, as organizações empresariais e

entre outros. Esses movimentos sociais expandiram no país por volta de 1970, diante das lutas por espaços de cidadania, contra um Estado autoritário e sob regime militar (TATIM, 2009).

Ainda, Silva et al (2020), descrevem que o surgimento da responsabilidade social em suas primeiras concepções partiu do pressuposto de comportamento filantrópico e de caridade por parte das organizações, porém, no decorrer dos anos, o conceito de RES acarretou em diversas implicações na realidade administrativa, desenvolvendo ramificações que complementaram o termo, surgindo teorias de ética empresarial, dos stakeholders e, sustentabilidade nos negócios.

Um grande marco acerca do conceito de responsabilidade social no país, foi a criação do Instituto Ethos de Empresas, criada por um grupo de empresários em 1998, ampliando e qualificando a discussão sobre responsabilidade social, gerando um forte impulso com a definição de indicadores Ethos de Responsabilidade Social, sensibilizando e ajudando as empresas a gerirem seus negócios de forma ética e socialmente responsável (INSTITUTO ETHOS, 2008).

Deste modo, segundo Almeida (2007), a evolução nos debates sobre as questões sociais tem alterado os valores e demandas da sociedade rapidamente, neste viés essas transformações vêm modificando as oportunidades e focos empresariais. Com isso, afirma Back (2015, p. 26) “a única maneira de conquistar sucesso em um mundo interdependente é abraçar a sustentabilidade”, ou seja, as empresas precisam buscar formas de desenvolver suas atividades de uma maneira mais responsável e social.

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) (**neste estudo, os termos responsabilidade social, responsabilidade social corporativa e responsabilidade social empresarial são sinônimos**) vem como uma forma de obter relacionamento entre as empresas e a sociedade em geral, integrada a um desenvolvimento sustentável (BACK, 2015). Segundo Almeida (2007), o desenvolvimento sustentável de uma empresa requer a capacidade de criar e operar em três dimensões, sendo elas, econômica, social e ambiental, de forma conjunta.

Nessa perspectiva, Amarante, Derretti e Damião (2015, p. 127), retratam a RSC como algo que engloba quatro perspectivas: “econômica, legal, ética e discricionária, de modo que estas perspectivas são expectativas da sociedade perante as organizações em um determinado período, sendo que elas não são exclusivas entre si, nem se adicionam ou acumulam”.

Haja vista que a responsabilidade social, conforme Piratelli et al (2020), surge como um instrumento de adaptação para as organizações desenvolverem alinhamentos de desenvolvimento social, sendo uma ferramenta de gestão que permite à organização

desenvolver ações com o objetivo de minimizar os efeitos negativos e maximizar o retorno social para a sua comunidade.

Também, a conceituação de RES, o Instituto Ethos define conforme:

É a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2003, não paginado).

Com isso, para o Instituto Ethos (2003), a responsabilidade social corporativa é a forma de conduzir os negócios, transformando as organizações parceiras em corresponsáveis pelo desenvolvimento da sociedade. Com isso, uma empresa caracterizada como responsável socialmente é aquela que tem consciência dos interesses das partes relacionadas, e com isso planejando as suas tomadas de decisões sob o olhar desses interesses. Inclusive, realizando uma produção, comercialização reduzindo o consumo de bens naturais e garantindo a competitividade à própria atividade mantendo o desenvolvimento social.

Desse modo, o Instituto Ethos (2015) desenvolveu indicadores sociais que auxiliam as empresas a identificarem o seu grau de responsabilidade social e, assim, traçar planos de melhoria e novas práticas sociais, distribuídos em quatro dimensões, como visão estratégica, governança organizacional, social e ambiental, conforme detalhado na figura 02.

Figura 02 – Dimensões dos indicadores Ethos



Fonte: CTISM, adaptado de Instituto Ethos (2015, não paginado).

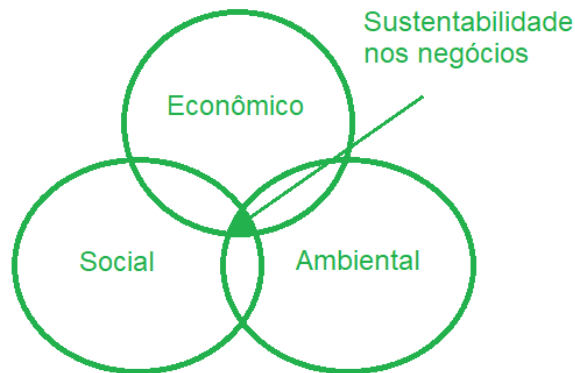
Assim, os indicadores desenvolvidos para identificar negócios quanto a sua sustentabilidade e a responsabilidade social, estão inseridos no negócio, com objetivo de apoiar e contribuir com as práticas desse contexto.

Haja vista que, o contexto globalizado e dinâmico, expôs que os stakeholders, sendo as pessoas ou grupo de indivíduos que podem influenciar direta ou indiretamente, ou até mesmo serem os afetados pelos objetivos organizacionais (FREEMAN; EVAN, 1994), passaram a cobrar ações voltadas aos fins sociais das empresas, buscando mitigar os problemas organizacionais. (SILVA et al, 2020).

E a sustentabilidade nos negócios, conforme Oliveira et al (2023) tem forte início em 1980, com o termo desenvolvimento social surgindo da relação entre preservação do planeta e atendimento das necessidades humanas, a partir das atividades organizacionais das empresas. Com a popularização da ideia de sustentabilidade, o conceito de Tripé da Sustentabilidade ou *Triple Bottom Line*, ganhou reconhecimento por compor estratégias das empresas na inovação e geração de valor, justamente por compreender os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Com isso, as empresas visualizam a necessidade de basear suas decisões estratégicas mantendo a sustentabilidade econômica lucrativa, buscando agregar valor ao estimular a sustentabilidade social (ELKINGTON, 1997).

Figura 03 - Representação do *Triple Bottom Line*



Fonte: criado pelo autor (2023), a partir de Rocha (2009)

Uma empresa sem recursos naturais e pessoas não gera riquezas, não satisfaz às necessidades humanas, não proporciona sucesso e não melhora a qualidade de vida das pessoas e da sociedade, com isso não se resume exclusivamente ao capital. Por isso, afirma-se que uma organização está inserida em um ambiente social, e precisa relacionar-se com as demais instituições e precisa atuar com desenvolvimento sustentável (INSTITUTO ETHOS, 2003).

Ainda, para o Instituto Ethos (2008), uma empresa para ser socialmente responsável, precisa ir além das obrigações legais, de observar questões básicas, como pagar os impostos e dar condições adequadas para os seus trabalhadores, e sim, fazer ações acreditando que estão melhorando a empresa para a construção de uma sociedade mais justa.

A proposta de responsabilidade social é vista em conjunto com a ética, como resultantes de um movimento de pressão da sociedade para com as empresas, provocando um novo paradigma nos negócios, desenvolvendo um movimento de atuação com viés econômico e social (TATIM, 2009). Ainda, Tatim (2009) vai além, descreve que existem duas discussões a respeito de responsabilidade social, quando é apresentada também uma corrente crítica, do qual possui uma perspectiva ampla, oriunda das ciências humanas e sociais, compreendendo o tema como parte de uma estratégia das empresas para a legitimação de organização moderna, via construção de uma entrega imaginária para o público interno e sociedade.

Entretanto, cabe ressaltar que, corrente da ética empresarial, que visa a responsabilidade social empresarial como substantiva, e atinge todos os públicos interessados, sendo uma ação

moralmente correta, com uma relação positiva entre a RES e o desempenho econômico da empresa. Conforme Reis (2007, p. 294) “um dos grandes desafios das empresas na área social é justamente incorporar a responsabilidade para além do discurso e inseri-la no planejamento e orçamento das ações da empresa”.

A responsabilidade social pode ser vista de maneira interna e externa, com diferentes focos, áreas de atuação, instrumentos e tipos de retorno para uma empresa, isso fica representado conforme quadro 03.

Quadro 03 – Responsabilidade Social Interna e Externa

	Responsabilidade social interna	Responsabilidade social externa
Foco	<ul style="list-style-type: none"> • Público interno (empregados e seus dependentes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidade
Áreas de atuação	<ul style="list-style-type: none"> • Educação • Salários e benefícios • Assistências médica, social e odontológica 	<ul style="list-style-type: none"> • Educação • Saúde • Assistência social • Ecologia
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de RH • Planos de previdência complementar 	<ul style="list-style-type: none"> • Doações • Programas de voluntariado • Parcerias • Programas e projetos sociais
Tipo de retorno	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno de produtividade • Retorno para os acionistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno social propriamente dito • Retorno de imagem • Retorno publicitário • Retorno para os acionistas

Fonte: (MELO NETO, F.P; FROES, C. 1999, p 89).

A RES deve ser entendida como uma integração de valores com todas as ações pelos envolvidos na organização. Não se deve conceber a RES somente pela ótica social, conforme:

Faz-se necessário um entendimento holístico da RES, visto que se constrói a partir da integração entre as dimensões, social, econômico e ambiental. A dimensão social engloba a promoção da equidade, a justiça social, o respeito aos direitos humanos e diversidade cultural; já a dimensão econômica remete a criação de valor para a organização frente as partes de interesse; e a dimensão ambiental diz respeito à conscientização no uso dos recursos naturais e à preservação da biodiversidade prezando pela sustentabilidade (ALBINO et al, 2020 apud POYATOS; GÁMEZ, 2009, não paginado).

Além das três dimensões, se faz necessário apresentar os princípios da responsabilidade social.

2.2.1 Princípios da Responsabilidade Social

Um princípio importante da responsabilidade social é ética empresarial, devido passar pelo respeito ético, diante das partes interessadas se relacionarem inevitavelmente com a ética na empresa. Contudo, constata-se que não tem havido ao longo do tempo uma definição consensual do conceito de ISSO, apesar de este ter uma origem coexistente e comum com a ética na empresa (JESUS, 2017).

Segundo Morcelli (2016), para dar maior eficiência ao processo de responsabilidade social foram desenvolvidos selos e certificações que envolvem instrumentos de dimensões social, econômica e ambiental a nível nacional e internacional, sendo essas dimensões da sustentabilidade. Com isso, algumas diretrizes da responsabilidade social estão elencadas na ABNT NBR ISSO 26000.

A ISSO 26000 envolve questões aplicáveis a todos os tipos e portes de organizações, tanto em países desenvolvidos quanto em países em desenvolvimento. Os princípios de responsabilidade social estabelecidos na norma são: accountability (que corresponde à prestação de contas à sociedade), transparência, comportamento ético, respeito e consideração aos interesses dos stakeholders, cumprimento das leis e normas internacionais e atendimento dos direitos humanos. (MORCELLI, 2016, p. 32).

Sendo assim, os princípios de responsabilidade social são diretrizes éticas e valores que orientam as ações e práticas de uma organização. Alguns dos princípios que servem de base para práticas responsáveis em organizações, conforme a Norma Brasileira, ISSO 26000, são:

- *Accountability*: convém que a organização aceite a investigação apropriada, envolvendo a obrigação de a direção ser responsiva aos controladores da organização;
- **Transparência**: Ser transparente nas operações, nas práticas de negócios e na comunicação, fornecendo informações claras e acessíveis às partes interessadas sobre o desempenho da organização e seu impacto;
- **Comportamento ético**: Agir de maneira ética e em *compliance* com as leis e regulamentos cumpridos. Convém que o comportamento de uma organização baseie-se nos valores de honestidade, equidade e integridade. Esses valores implicam a preocupação com pessoas, animais e meio ambiente, bem como o compromisso de lidar com o impacto de suas atividades e decisões nos interesses das partes interessadas;
- **Respeito pelo interesse das partes interessadas**: Apesar dos objetivos de uma organização poderem se limitar aos interesses de seus proprietários, conselheiros, clientes ou associados, outros indivíduos ou grupos podem também ter direitos, reivindicações ou interesses específicos que convém que sejam levados em conta. Coletivamente, esses indivíduos ou grupos compreendem as partes interessadas da organização;
- **Respeito pelos Direitos Humanos**: Respeitar os direitos humanos em sua universalidade, ou seja, reconheça que eles são aplicáveis em todos os países, culturas e situações de forma unívoca;
- **Sustentabilidade Ambiental**: Adotar práticas que minimizem o impacto ambiental das operações da organização, promovendo a conservação dos recursos naturais e a redução das emissões de carbono;
- **Envolvimento da Comunidade**: Envolver-se com as comunidades onde a organização opera, apoiando projetos e iniciativas conjuntas da sociedade;
- **Qualidade do Produto e Serviço**: Fornecer produtos e serviços de alta qualidade que atendam às necessidades dos interessados;
- **Diversidade e Inclusão**: Promova a Diversidade e Inclusão entre os envolvidos;
- **Responsabilidade Social Corporativa**: Integrar a responsabilidade social nas estratégias de negócios e nas organizações e sociedade (ABNT, 2010, não paginado).

Ao abordar a responsabilidade social, a organização deverá compreender três relações, com a sociedade, com as partes interessadas e entre ambas, conforme elucidada a figura 04.

Figura 04 – Relação entre a organização, suas partes interessadas e a sociedade



Fonte: ABNT (2010, p.9).

Esses princípios são frequentemente incorporados em políticas de responsabilidade social corporativa.

2.3 RELAÇÃO ENTRE RESPONSABILIDADE SOCIAL E UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Diante dos conceitos, teorias e princípios desenvolvidos sobre o Cooperativismo e a Responsabilidade Social, Chaves et al (2015, p. 282), entende que os princípios do cooperativismo convergem no sentido de uma função social a cumprir com a sociedade, contemplando ações de gestão voltadas para atitudes de responsabilidade social, possuindo assim atribuições de um comportamento socialmente responsável em todos os âmbitos e vieses, com a comunidade em que se encontra. A responsabilidade social em uma cooperativa de crédito está enraizada em seu modelo de negócios cooperativo, que coloca os membros no centro das operações e prioriza o benefício mútuo e a comunidade em vez do lucro máximo. Ela visa criar um equilíbrio entre os interesses financeiros dos membros, as necessidades da comunidade e a ética nos negócios (MEINEN; PORT, 2014).

Segundo Barroso (2003), a responsabilidade social empresarial não é algo novo para as cooperativas, pois estas foram criadas para acima de tudo resolver os problemas comuns de pessoas, com isso a RES é uma forma das organizações prestarem conta a sociedade promovendo melhorias na qualidade de vida dos indivíduos.

A cooperativa se desenvolve com a comunidade, conforme explica Chaves et al (2015), com isso existe o comprometimento com o desenvolvimento de projetos que beneficiem tanto no âmbito local, quanto regional. Ou seja, a cooperativa ao assumir uma preocupação com a sociedade, ela está no seu ápice da sua função social, atuando diretamente o bem-estar social em geral.

Segundo Meinen e Port (2014, p. 403): “uma cooperativa é uma instituição destinada a solucionar, através da conjunção de valores, problemas do grupo componente, podendo posicionar-se como o econômico ou o financeiro a serviço do social”. Com isso, segundo Balanço Social Cooperativo (BSCoop) permite que as cooperativas façam a gestão de seus objetivos sociais com igual grau de profissionalismo com que fazem com suas metas econômicas.

A responsabilidade social em uma cooperativa de crédito é fundamental para o seu desenvolvimento, ela se manifesta várias maneiras, incluindo: O atendimento às necessidades dos membros – pois as cooperativas de crédito existem para servir aos interesses financeiros de

seus associados, atendendo as suas necessidades. A transparência e prestação de contas – devem ser transparentes em relação às suas operações financeiras e prestar contas aos membros. Educação financeira – envolvimento com a oferta de programas de educação financeira, seminários e recursos educacionais para ajudar os membros a tomar decisões financeiras. Inclusão financeira – oferta de serviços a pessoas com dificuldades de acessar os serviços bancários tradicionais. Bem como, o envolvimento com a comunidade; as práticas de negócios éticos; a sustentabilidade ambiental; a distribuição de excedentes, dentre outras (MEINEN; PORT, 2022).

As Cooperativas se diferenciam de qualquer outro tipo de entidade, justamente por possuírem um balanço social, sendo uma ferramenta de gestão socioeconômica que facilita a medição e prestação de contas aos associados e outros grupos de interesse sobre a aplicação dos valores e princípios cooperativos. Segundo Meinen e Port (2014), o balanço social cooperativismo, poderia ser a forma de melhorar a visibilidade de melhorar o mundo empresarial em nível mundial (MEINEN; PORT, 2014).

Segundo Meinen e Port (2014, p. 404), o cooperativismo é intrínseco da responsabilidade social.

O cooperativismo traz em seus sete princípios grandes diferenciais inerentes da responsabilidade social, cabendo aos administradores das cooperativas apenas a mensuração e divulgação do que já vem sendo feito, ao contrário de muitas empresas que promovem ações de responsabilidade social com o objetivo de criar conteúdo para divulgação/marketing.

É nas cooperativas que as pessoas se unem para que outros não lucrem sobre elas. Com isso, Meinen e Port (2014), discorrem que o balanço social cooperativo que mais chama atenção é o valor cooperativo agregado, onde é possível visualizar os benefícios que o associado de uma cooperativa financeira auferir ao realizar suas operações em conjunto com outros associados.

Os princípios cooperativismos revelam que as cooperativas atuam como agentes de mudança, melhoram a qualidade de vida, possuem compromisso com a comunidade e impulsionam a qualidade econômica e social. Assim, uma cooperativa é um ator social que promove o bem-estar. Sendo assim, entende-se que os compromissos de uma cooperativa em relação a sua função social, possui atribuições de comportamentos socialmente responsável. (CHAVES et al, 2015).

Para finalização do referencial teórico, o modelo conceitual da pesquisa abaixo ajudará na elucidação das referências.

Figura 05 – Mapa conceitual da Pesquisa



Fonte: própria autora, 2023

3 METODOLOGIA

Nesta sessão serão descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a investigação da pesquisa, bem como serão apresentados os métodos utilizados para atingir os objetivos de estudo. Com isso, inicialmente apresentar-se-á o delineamento da pesquisa, descrevendo a metodologia utilizada na pesquisa e as técnicas de coleta de dados e análises realizadas no estudo.

3.1 CLASSIFICAÇÃO E DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente estudo tem o intuito de analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas da responsabilidade social em uma Cooperativa de Crédito. Para a sua realização a pesquisa será desenvolvida no campo da ciências sociais aplicadas, no Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGAdm, pela Universidade de Passo Fundo.

A metodologia do estudo se deu por meio de uma pesquisa quanti-qualitativa. Pois, a abordagem quanti-qualitativa na pesquisa refere-se à combinação de métodos e técnicas de

pesquisa quantitativa e qualitativa. Essa abordagem busca compreender um fenômeno de maneira mais abrangente, explorando tanto os aspectos numéricos e mensuráveis quanto os aspectos mais subjetivos e interpretativos.

O método quanti-qualitativo é utilizado em pesquisas mais complexas, conforme aborda Yin (2018, não paginado) “em pesquisas complexas, a convergência de dados quantitativos e qualitativos pode oferecer uma visão mais holística. A abordagem quanti-qualitativa, ao integrar métodos, permite uma compreensão mais robusta dos padrões e contextos subjacentes.”

O envolvimento com a coleta e análise de dados quantitativos e qualitativos proporciona uma compreensão mais completa e profunda do fenômeno em questão, permitindo a triangulação dos resultados. (CRESWELL, 2009). É um método pragmático que utiliza elementos de ambas as tradições, reconhecendo que algumas perguntas de pesquisa são melhores respondidas por meio de dados quantitativos, o que busca-se nessa pesquisa, uma vez que se trata o olhar sobre responsabilidade social sob perspectiva de colaboradores, internos da Cooperativa de Crédito e também de associados e *stakeholders*, sendo o público externo, obtendo uma visão ampla da pesquisa. (CRESWELL; CLARK, 2011).

Segundo Cresswell e Miller (2000), essa abordagem ocorre de forma complementar em uma pesquisa:

“A abordagem quanti-qualitativa não apenas abraça a diversidade de métodos de pesquisa, mas também promove a complementariedade entre os dados quantitativos e qualitativos, visando enriquecer a compreensão global do fenômeno estudado”.

Ainda, a combinação de métodos não é apenas uma estratégia metodológica, mas sim, uma abordagem que busca reconhecimento de compreensão aprofundada, contextualizada e holísticas dos fenômenos sociais. Sendo assim, a pesquisa quali-quantitativa também é conhecida como pesquisa mista, é uma abordagem integra de elementos em um único estudo de pesquisa. Essa pesquisa busca aproveitar as vantagens de ambos os paradigmas, proporcionando uma compreensão mais abrangente e holística de um fenômeno de pesquisa. (CRESWELL, 2014).

Além dos conceitos acerca do método de pesquisa quali-quantitativos abordados, existem outros pontos importantes para uma melhor compreensão, como:

Expansão da Compreensão: A pesquisa mista permite aos pesquisadores explorar questões de pesquisa sob diferentes ângulos. Enquanto os métodos quantitativos oferecem generalizações e padrões, os métodos qualitativos proporcionam insights detalhados e contextualizados. (CRESWELL, 2014).

Utilidade em Diferentes Campos: A abordagem quali-quantitativa é utilizada em diversos campos, incluindo ciências sociais, educação, saúde e psicologia. Ela é particularmente útil quando se deseja abordar perguntas de pesquisa complexas e multidimensionais. (CRESWELL, 2014).

Exemplo de Aplicação: Um estudo quali-quantitativo pode começar com a coleta de dados qualitativos, como entrevistas ou observações, para gerar hipóteses ou desenvolver escalas de medição. Essas hipóteses podem, então, ser testadas quantitativamente em uma fase subsequente. (CRESWELL, TASHAKKORI, 2014).

Flexibilidade Metodológica: A pesquisa mista permite aos pesquisadores adaptar sua abordagem com base nas necessidades específicas da pesquisa. Isso oferece flexibilidade para explorar a complexidade de diferentes fenômenos. (YIN, 2018).

Em resumo, essa abordagem permite uma visão ampla ao pesquisador, permitindo abordar questões mais abrangentes.

Este trabalho se caracteriza qualitativo e quantitativo por tentar compreender as características de responsabilidade social pelos entrevistados, buscando analisar a realidade apresentada através das entrevistas, discutindo o assunto responsabilidade social e cooperativismo, com o objetivo de apresentar condições de análise sobre as relações internas e externas da Cooperativa de Crédito, apoiando-se na revisão de literatura e nas observações participantes.

Quanto a natureza o estudo se configura como descritivo exploratória, por pesquisar características de determinadas pessoas, conhecendo o tema de forma a descrever uma realidade, haja vista que a abordagem da pesquisa qualitativa se concentra nessa compreensão de se preocupar em descrever e explorar os fenômenos em profundidade, buscando compreender as perspectivas, experiências e significados das pessoas envolvidas (TRIVIÑOS, 1987). Por ser uma metodologia que busca explorar, descrever e compreender os aspectos subjetivos, sociais e culturais da vida humana. Com elementos como o foco na compreensão. A pesquisa qualitativa procura compreender as perspectivas, experiências e significados das pessoas envolvidas no estudo.

3.2 CAMPO DE PESQUISA

O caso selecionado para o estudo é um Empresa Cooperativa de Crédito, uma das Cooperativas do Sistema Sicredi, com 42 anos, fundada em 14 de abril de 1981 e com sua Sede localizada no município de Erechim, estado do Rio Grande do Sul, atuando em 73 município,

possuindo 63 agências, localizadas no sul do Rio Grande do Sul, Norte de Santa Catarina e Sul de Minas Gerais, estando atualmente em expansão e contínuo crescimento. Atua com o propósito de construir juntos uma sociedade mais próspera e coopera para promover o desenvolvimento das pessoas e das regiões da qual está presente. A empresa oferece mais de 300 produtos e serviços financeiros de um jeito simples e humano, sempre investindo no relacionamento próximo com os associados para promover um atendimento de excelência (SICREDI, 2023).

A Cooperativa atua com compromissos além dos serviços financeiros, atua fortemente com programas sociais que incentivam a educação, diversidade e protagonismo do jovem. Alguns dos programas sociais da Cooperativa, são:

- Cooperativas escolares: “O Programa acontece em parceria com instituições de ensino que acreditam nos princípios e valores do cooperativismo como proposta educativa. Assim, os estudantes são os protagonistas, atuando como pesquisadores, investigadores e compartilhando conhecimentos com todos”;
- Comitê mulher: “Promover a equidade de gênero, o empoderamento e a capacitação de mulheres para que elas possam cada vez mais assumir novos papéis de protagonismo e liderança nas Cooperativas e nas comunidades, esse é o nosso propósito!”;
- Comitê jovem: “O propósito do Comitê Jovem é atrair e manter jovens no Sicredi, com finalidade educativa, através de ações de desenvolvimento pessoal e profissional, que despertem o interesse deles em participar de uma organização financeira cooperativa, tornando-o um promotor do cooperativismo e protagonista social da região onde mora”;
- Programa crescer: “Uma frente de educação cooperativa aberta para todos: associados, não associados, conselheiros, coordenadores de núcleo e colaboradores. Proporcionamos experiências para que as pessoas conheçam mais sobre como nós funcionamos. Entender para crescer”;
- A união faz a vida: “Há mais de 27 anos contribuímos com a vivência dos princípios de cooperação e cidadania promovendo o protagonismo de crianças e adolescentes que geram impactos em toda a comunidade. Como as abelhas, nos unimos para fazer a diferença” (SICREDI, 2023, não paginado).

A cooperativa possui relevância para o estudo por apresentar atuação forte com Responsabilidade Social, com o Fundo Social, que é desenvolvido para fazer a diferença nas comunidades, aliando o desenvolvimento econômico com a transformação social, com o fundo social a cooperativa transforma esforços em um mundo melhor para milhares de pessoas, a cooperativa destina um percentual do resultado do seu exercício anterior para apoiar iniciativas promovidas por outras entidades. As ações apoiadas devem ser mensuráveis em esforço, tempo e impacto no desenvolvimento social. Com Leis de Incentivo, com objetivo de incentivar e potencializar o desenvolvimento de projetos sociais que podem gerar impacto positivo na sociedade. Por possuírem Movimento de Voluntariado, como um dia “C” de cooperação entre outras organizações para estimular as iniciativas contínuas e transformadoras para a sociedade.

Além disso, existem os Projetos Culturais, promovendo ações culturais envolvendo música, exposições, peças teatrais e tudo que possa contribuir para um desenvolvimento diverso e plural da sociedade. Ademais, o Sistema Sicredi, é guiado pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU em conjunto com os princípios do Cooperativismo (SICREDI, 2023).

Ademais, a empresa é certificada pelos selos: GPTW (*Great Place to Work*); *Morningstar Sustainalytics – Rating ESG* – Entre os 20 melhores do ranking de Bancos Diversificados do mundo em quesitos ambientais, sociais e de governança; e entre outros.

Com isso, Cooperativa possui mais de 800 colaboradores e busca o engajamento de todos para a influência de impacto social positivo na comunidade, contribuindo para o desenvolvimento dos associados e das comunidades. Com a missão de “Como sistema cooperativo, valorizar o relacionamento, oferecer soluções financeiras para agregar renda e contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos associados e da sociedade” (SICREDI, 2023).

3.3 PARTICIPANTES DA PESQUISA

O estudo se deu com entrevistas semiestruturadas com os colaboradores da Cooperativa de Crédito e com questionário de pesquisa com associados (caracterizados como *stakeholders*, para essa pesquisa) da Cooperativa, que atuassem ou trabalhassem com a Cooperativa a mais de um ano. Sendo possível realizar uma comparação e análise de respostas, podendo chegar ao resultado menos enviesado, com uma análise de público interno (colaboradores) e público externo (associados) acerca dos questionamentos de pesquisa. Foram convidados a participarem da pesquisa primeiramente de forma presencial e posteriormente por e-mail ou WhatsApp, conforme fosse possível contato com o entrevistado.

a) Perfil dos participantes – Colaboradores

Para a realização das entrevistas semiestruturadas foram selecionados os participantes de acordo com os critérios de serem colaboradores efetivos na empresa; que estejam trabalhando na empresa há pelo menos três anos e que fossem capazes de responder de forma espontânea e verdadeira com a entrevista. Bem como, demais critérios foram definidos como pessoas de ambos os sexos, diferentes níveis hierárquicos, diferentes atribuições e cargos para se ter uma visão de mais subáreas da Cooperativa. Conforme Minayo (2010), para uma entrevista qualitativa a numerologia de respondentes não é relevante para a entrega final, uma

amostra ideal é aquela que consiga apresentar as diferentes dimensões da pesquisa. Buscando assim o perfil mais heterogêneo de participantes.

O número definido de participantes foi de 5 a 10 durante o processo de coletas de entrevistas, participando efetivamente da entrevista, 5 colaboradores, devido a saturação de dados, inclusive pelas respostas de todos os entrevistados até então serem análogas.

As entrevistas ocorreram por vídeo chamada, por uma plataforma de reunião online (*Google Meet*), com data e hora marcada previamente pelo entrevistado, conforme o modo convencional das entrevistas qualitativas que se assemelham ao conversar com os entrevistados, sendo uma parte natural de comunicação (YIN, 2015).

b) Perfil do público externo – Associados

O questionário de pesquisa quantitativa foi enviado para um perfil de público externo, com a seleção se deu pelos critérios de que associados/stakeholders respondentes fossem associados da cooperativa a mais de 1 ano; estes concordaram em participar da pesquisa de forma voluntária e tiveram disponibilidade para responder o questionário. O critério elaborado foi de que os participantes tenham a intenção de serem verdadeiros com suas respostas e que tragam dados relevantes a pesquisa (YIN, 2016).

Yin (2016) sugere que a pesquisa de caso pode ser especialmente útil quando se trata de investigar fenômenos contemporâneos em seu contexto real, e os dados quantitativos podem fornecer uma visão mais abrangente ou uma validação adicional em certos casos.

O número definido de participantes foi de 40 respondetes/entrevistados, pois a pesquisa qualitativa é normalmente usada para medir um público. O objetivo é obter dados quantificáveis sobre, por exemplo, um público, a percepção de uma mensagem, a satisfação, etc.

3.4 COLETA DE DADOS

O processo de coleta de dados consiste no trabalho de campo que é o recorte empírico da construção teórica elaborada (MINAYO, 1994).

a) Primeira etapa – Público Interno

A coleta de dados ocorreu através de entrevistas semiestruturadas, individuais, justamente por ser uma relação entre o pesquisador e o participante que não segue um modelo rígido, e pelas perguntas serem mais abertas do que fechadas (YIN, 2015). Juntamente com a técnica de coleta de dados da observação não participante, para captar o mais próximo da verdade que o entrevistado deseja mencionar. Ainda, a entrevista individual objetiva conhecer em profundidade os significados e a visão da pessoa. É preferida quando a investigação aborda

assuntos difíceis de serem tratados em situação de grupo. A escolha da modalidade individual de entrevista oferece mais flexibilidade para o agendamento de horário e de local de realização.

Além da coleta de dados por entrevista, se utilizou de pesquisa bibliográfica, principalmente de livros e artigos de fontes nacionais e internacionais, pesquisa documental nos acervos da empresa estudada, pelos relatórios da Cooperativa, como suporte para dados coletados das entrevistas.

Na pesquisa qualitativa, pode-se também assumir um papel passivo, conforme Yin (2015, p. 137): “Qualquer que seja o grau de passividade, os métodos observacionais mais formais normalmente vão incluir um instrumento (observacional) formal e a identificação de um conjunto específico de ocasiões para fazer as observações”.

b) Segunda etapa – Associados

A segunda etapa de coleta de dados ocorreu por uma pesquisa quantitativa, através de questionário, totalizando 15 perguntas, realizadas de forma aberta e fechadas para coletarmos informações que pudessem atingir os objetivos da pesquisa.

Com aplicação do questionário através da ferramenta *Google Forms*, dos quais as estatísticas e resultados são apresentadas através de gráficos e tabelas nos resultados de pesquisa. O questionário foi disponibilizado através da ferramenta de *WhatsApp*, com o envio do intuito da pesquisa e contive a participarem como respondentes anônimos, possibilitando a tranquilidade e confiabilidade na pesquisa dos respondentes.

3.4.1 Entrevista semiestruturada

Como fontes de coleta de dados utilizar-se-á entrevista semiestruturada com colaboradores da Cooperativa e alguns *stakeholders*, além da observação direta e análise documental.

Conforme Triviños (1987), a entrevista semiestruturada é aquela que a parte de certos questionamentos básicos, são apoiados em teorias que interessam a pesquisa, possibilitando a criação de hipóteses à medida as respostas. Com isso a necessidade de que as respostas sejam espontâneas e naturais na medida que colocado pelo entrevistador.

Segundo Batista, Matos e Nascimento (2017, p. 3) “a entrevista como coleta de dados sobre um determinado fenômeno é a técnica mais utilizada no processo de trabalho de campo”. Por meio dela, que é gerada a interação entre duas pessoas ou mais pessoas. A entrevista qualitativa é uma metodologia de coletada de dados que gera inter-relação com experiências de

senso comum, de linguagem criando um momento para o êxito da pesquisa qualitativa (MINAYO, 2010).

Numa linha teórica, o objetivo seria o de atingir o máximo de clareza nas descrições dos fenômenos sociais. Assim, as perguntas descritivas teriam grande importância para a descoberta dos significados dos comportamentos das pessoas de determinados meios culturais. (TRIVIÑOS, 1987).

Para este estudo, a entrevista foi preparada com o propósito de identificar pelos colaboradores os benefícios e ações sociais desenvolvidas pela Cooperativa e entender a sua relação com a responsabilidade social, com categorias a priori definidas, pelo embasamento teórico de elaboração de questões que seja viável a identificação dos objetivos de pesquisa, sendo validado o instrumento através de um pré-teste com 5 entrevistados.

A escolha por este método de entrevista se dá principalmente pelo interesse em saber o comportamento das pessoas e o seu entendimento sobre as situações, e também por não ser obrigatório seguir um roteiro rígido, possibilitando perguntas abertas e questionamentos que tranquilizem o entrevistado para que este possa trazer suas percepções de forma clara (YIN, 2016).

Para Triviños (1987), a entrevista semiestruturada foca em perguntas básicas e principais para atingir o objetivo da pesquisa, ainda, tem como característica favorecer não só a descrição dos fenômenos sociais, como também explicar a compreensão de sua totalidade.

Sendo assim, as entrevistas semiestruturadas com os colaboradores da Cooperativa terão o intuito de identificar se esses conhecem o que é responsabilidade social e se conseguem identificar se a Cooperativa possui atuação neste sentido, para que seja identificada como instrumento de concretização de responsabilidade social ou não para com as demais organizações.

Quadro 03 – Conceito, variáveis e questões de campo da entrevista semiestruturada

Entrevista Semiestruturada	
Conceito	<ul style="list-style-type: none"> • Refere-se a uma técnica de pesquisa qualitativa que combina elementos de estruturação e facilidade na condução de entrevistas. A entrevista semiestruturada é uma abordagem amplamente utilizada em pesquisa social e comportamental. TRIVIÑOS (1987). • A entrevista semiestruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Para o autor, esse tipo

	<p>de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas. MANZINI (1990/1991).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nesse tipo de entrevista, o pesquisador cria um roteiro com um conjunto de perguntas e tópicos a serem abordados, mas permite uma certa flexibilidade durante uma conversa. Isso significa que o entrevistador pode seguir novas descobertas que surgem a partir das respostas dos entrevistados, explorar mais o fundo dos pontos relevantes e adaptar as perguntas de acordo com o contexto da pesquisa. (MINAYO, 2010).
Possibilidades	<p>Perguntas e detalhes: As perguntas visam entender no detalhe o ponto de vista do entrevistado.</p> <p>Sequência de perguntas: As perguntas terão uma sequência lógica, para se obter informações coerentes e relevantes e assim sentido para as informações obtidas.</p> <p>Aprofundamento: Os questionamentos poderão ser reformulados para se obter maior profundidade nas respostas.</p> <p>Ambiente da entrevista: Será necessário que seja um ambiente tranquilo e agradável para a entrevista, com isso, será observado o ambiente do qual o entrevistado está como (barulhos, interferências, etc).</p> <p>Amostra dos participantes: Os participantes serão elencados com os requisitos básicos de estarem trabalhando na cooperativa a mais de um ano, com diferentes cargos para que seja obtido o maior número de respondentes, em relação a diferentes olhares e cargos da empresa.</p>
Questões de campo	<p>Início suave: No intuito de deixar o entrevistado a vontade para responder às perguntas, a entrevista será iniciada com um tom de voz tranquilo, uma breve apresentação do pesquisador e da pesquisa, bem como o esclarecimento sobre como funciona a entrevista.</p> <p>Exploração inicial: As perguntas serão iniciadas e observar-se-á de que forma o entrevistado aprofundará suas respostas para a possibilidade de adaptação nos questionamentos.</p> <p>Contextualização: No que restar dúvidas sobre as questões, será realizada uma contextualização da pesquisa para explicativa da pergunta.</p> <p>Flexibilidade: A entrevista será flexível conforme necessidade do entrevistado, caso ele precise parar a entrevista e continuar em um novo agendamento, e também conforme demais situações que possam ocorrer.</p>

Fonte: criado pelo autor (2023)

3.4.2 Observação participante

A observação participante é uma técnica de pesquisa qualitativa em que o pesquisador se integra ativamente em um grupo ou contexto social específico que está sendo estudado. Nesse método, o pesquisador não apenas observa passivamente, mas também participa das atividades, interage com os membros do grupo e se envolve ativamente na vida cotidiana do ambiente de pesquisa (MINAYO, 1994).

Essa técnica de observação tem uma variedade de propósitos, como compreender uma cultura, explorar comportamentos sociais, promover uma mudança social e entre outros (FLICK, 2009). Com isso, a observação participante é frequentemente usada em antropologia e etnografia para estudar e compreender as culturas de grupos específicos. Isso inclui crenças, práticas, valores e normas que orientam o comportamento das pessoas em uma determinada sociedade ou comunidade. A técnica é útil para estudar comportamentos sociais complexos e contextuais.

3.4.3 Questionário

A pesquisa por meio de questionário é uma abordagem amplamente utilizada para coletar dados em estudos quantitativos e, em alguns casos, também em pesquisas mistas (que integram elementos quantitativos e qualitativos). Um questionário é um instrumento que contém uma série de perguntas ou itens padronizados, destinados a serem respondidos por participantes da pesquisa.

O questionário é um instrumento de medida que traduz os objetivos do estudo com variáveis mensuráveis e ajuda a organizar, normalizar e controlar os dados para que as informações procuradas possam ser obtidas de forma completa (Fortin, 2009). Ainda, considerando que o objetivo da pesquisa quantitativa é quantificar os dados e olhar para amostras de um público alvo, o questionário é um instrumento de medida para essa finalidade.

A primeira etapa da construção do questionário foi o tipo de informação recolhida era necessário questionar para se obter sentido ao instrumento de pesquisa e chegar em hipóteses de investigação. (Freixo, 2011). Através de Planejamento: Antes de criar o questionário, é crucial ter um claro entendimento dos objetivos da pesquisa e das perguntas específicas que se deseja responder. O planejamento inclui a definição do público-alvo, a seleção de tipos de perguntas (fechadas, abertas, escalas, etc.) e a escolha dos métodos de coleta de dados. (CRESWELL, 2014).

Com isso, o desenvolvimento do questionário é feito com a definição de que: O questionário deve ser claro, conciso e livre de ambiguidades. As perguntas devem ser formuladas de maneira neutra e objetiva, evitando viés. A ordem das perguntas também é importante, seguindo uma lógica que facilite a compreensão e a resposta dos participantes. (YIN, 2018).

Os tipos de perguntas, conforme Yin (2018), podem ser definidas como fechadas ou abertas, das quais ambos os tipos foram utilizados no questionário, sendo que perguntas

fechadas correspondem que os respondentes escolhem entre opções pré-determinadas (múltipla escolha, escalas, sim/não). E, as abertas, os respondentes fornecem respostas detalhadas, sem restrição a opções pré-determinadas.

Outras características da forma de pesquisa através de questionário foram aplicadas, como: ética e privacidade, que visou garantir que o questionário respeite princípios éticos, incluindo o consentimento informado dos participantes. Assegurar a privacidade e confidencialidade das respostas é fundamental (CLARK, 2016).

3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Os dados coletados serão analisados, comparados, estudados com cautela para entregar uma entrevista verídica e para agregar ao estudo, com isso o estudo se dará conforme uma triangulação de dados (YIN, 2015).

A técnica de análise de dados será a análise de conteúdo, pois segundo Bardin, a técnica de análise de conteúdo é compreendida como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimento às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 37)

Ainda, a entrevista foi gravada e após transcrita para análise de conteúdo, de acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo é um conjunto de análise de comunicações que permite a inferência de conhecimentos relativos das percepções das mensagens.

A técnica de análise de conteúdo é uma abordagem de pesquisa qualitativa que envolve a sistematização e interpretação de informações, geralmente textuais ou visuais, para identificar padrões, temas e significados subjacentes.

A análise de conteúdo em uma pesquisa envolve uma série de etapas sistematizadas para identificar padrões, temas e significados nos dados. Como a (i) preparação: definindo os objetivos e foco de pesquisa; (ii) revisão de literatura; (iii) definição das unidades de análise; (iiii). Essa técnica envolve a identificação, categorização e interpretação de temas, padrões e significados nos dados das entrevistas. Pode ser usado para analisar transcrições de entrevistas, textos escritos ou qualquer tipo de dados textuais. A análise de conteúdo é altamente flexível e pode ser adaptada para se adequar aos objetivos da pesquisa (BARDIN, 1977).

Com isso, de acordo com Minayo (2012), compreender é a capacidade de colocar-se no lugar do outro e levar em conta a singularidade do indivíduo. Sendo assim, a análise de dados segue o método dialógico, em que a fala do entrevistado é situada no contexto que possa ser melhor compreendida.

Pode-se definir que existe uma ampla gama de técnicas possíveis para a consecução de diferentes pesquisa, quanto à análise de dados. (MOZZATO, 2010), sendo essa fase considerada, muitas vezes, como uma das etapas mais importantes da pesquisa.

Os dados foram importados do *Google Forms* e organizados de acordo com os objetivos de pesquisa e hipóteses no Excel, sendo inseridos ainda os dados provenientes da análise documental da Planilha.

A análise de dados, se deu por meio da leitura, com a organização e transcrição das entrevistas para anotações e compreensões posteriores a realização da entrevista. Posterior, serão separadas as análises de questionamentos conforme classificação e recortes das entrevistas anteriormente transcritas e finalmente, realização de um relatório para revisitação dos temas em conjunto com a teoria e respostas obtidas das entrevistas.

Além disso, serão utilizadas estatísticas descritivas para a análise do associados e apresentação dos resultados será em forma de tabela e gráfica.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo estão apresentados e discutidos os resultados desta pesquisa. O contexto da pesquisa é essencial para a compreensão e análise dos temas que são abordados na sequência. Os dados coletados na análise das entrevistas semiestruturadas e nos questionários aplicados foram analisados e interpretados, no intuito de responder os objetivos pretendidos.

Na pesquisa acadêmica é comum encontrar informações sobre os respondentes, que, de certo modo, contribuem para a pesquisa pretendida. Assim, foi realizada uma análise detalhada do contexto da pesquisa de campo, inclusive no perfil dos participantes da pesquisa.

Ainda observou-se a análise de perspectiva acerca de RSE tanto dos entrevistados de público interno (colaboradores), quanto do público externo (associados/stakeholders), para chegarmos em uma análise completa de resultados da pesquisa.

4.1 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES DO PÚBLICO INTERNO

A amostra final, apresentou-se com cinco respondentes da entrevista semiestruturada, sem omissão a qualquer uma das vinte e duas perguntas.

Quanto ao gênero, a repartição dos respondentes foi quase equitativa, sendo que 3 respondentes são do sexo feminino e 2 do sexo masculino. A idade dos respondentes foi de 27 a 32 anos, estando atuando em diferentes cargos e todos com mais de 4 anos de Cooperativa. Quanto ao nível de escolaridade, todos possuem superior completo e apenas um dos respondentes não possui pós-graduação completa ou andamento, como pode-se observar na tabela abaixo.

Tabela 01 – Perfil de respondentes da Entrevista Semiestruturada

Entrevistado	Idade	Estado Civil	Sexo	Nível de Escolaridade	Cargo atual	Tempo de Cooperativa
E1	27 anos	Solteiro	Masculino	Pós-graduado	Assessor de Produtos e Serviços	4 anos
E2	29 anos	Solteira	Feminino	Pós-graduação incompleta	Analista de Desenvolvimento de Negócios	4 anos
E3	25 anos	Solteira	Feminino	Pós-graduação incompleta	Assessora de Negócios	7 anos
E4	32 anos	Casado	Masculino	Pós-graduado	Assessor de Segmentos	9 anos

E5	31 anos	Solteira	Feminino	Superior completo	Analista de Controles Internos	5 anos
----	---------	----------	----------	-------------------	--------------------------------	--------

Fonte: criado pela autora (2024)

Para apresentar os entrevistados, respeitando o anonimato dos respondentes, eles estão apresentados nessa pesquisa com representação de “E” e a numerologia conforme ordem de resposta, exemplo “E1” até “E5”. Os nomes citados não serão apresentados por cargos na pesquisa, uma vez que o que mais irá contribuir com os resultados são as respostas e tempo de casa, consequência de apresentarem respostas completas acerca da Cooperativa de Crédito estudada.

O perfil dos entrevistado reflete em parte com os demais colaboradores da Cooperativa, pois por estar em expansão para outro estado, mais de 50% dos colaboradores estão a menos de 2 anos atuando na Empresa, com isso, buscou-se entrevistar colaboradores que estão a mais tempo na Cooperativa, uma vez que conseguem visualizar os questionamentos sob várias perspectivas e ações já ocorridas em diferentes anos.

4.2 ANÁLISE DAS PERPECTIVAS ACERCA DA RSE E PROJETOS EM ANDAMENTO

Os dados apresentados nesse item têm por objetivo compreender o entendimento dos respondentes acerca de responsabilidade social e como eles correlacionam o tema com a cooperativa de crédito. Para isso, será dividido em três subtemas: (i) entendimento acerca de RSE pelos entrevistados; (ii) conhecimento das ações desenvolvidas pela Cooperativa; e (iii) correlação da cooperativa com RSE na visão dos entrevistados. Cada subtema trará a análise dos resultados dos respondentes, bem como as evidências e respostas dos próprios entrevistados, chegando a análise de observação participante.

4.2.1 Entendimento acerca de RSE pelos entrevistados

De acordo com os dados colhidos na pesquisa, é possível compreender uma conexão da temática entre os respondentes. Com isso apresenta-se uma nuvem de palavras formadas a partir das respostas do que os entrevistados entendiam por responsabilidade social, conforme a figura 06.

Figura 06 – Nuvem de palavras: Responsabilidade Social



Fonte: elaborado pela a autora (2024).

Conforme dados ilustrados no quadro 04.

Quadro 04 – Relevância da atuação de Responsabilidade Social nas empresas

Questionamento	Contexto dos entrevistados
O quão relevante você considera atuar com responsabilidade social?	E1: Acho que tem uma boa de uma importância olhando para a empresa e principalmente no cooperativismo, né? Porque todos os os, as frentes que a gente atua hoje em dia, na verdade, tudo está ligado com responsabilidade civil, seja olhar para o meio ambiente, seja para a economia sustentável, seja para pessoas. Então eu digo que tem uma relevância alta, não extremamente alta, mas alta.
	E2: Para mim é muito importante. Acho que inclusive faz parte daquilo que eu acredito dentro de uma sociedade. A gente precisa e deve cada vez mais discutir esse nosso olhar, mais eu falo aqui no meu termo, né? Mas um olhar mais social e de responsabilidade com todos, não apenas, né? No âmbito individual, afinal, se eu pensar só pra mim e não pensar pelos outros.
	E3: Acredito que é bem relevante, fundamental.
	E4: Muito relevante. Eu acho que não tem como não atuar com. Até o termo é de uma empresa, né? Razão social, ela só existe porque tem um cunho social. Existe uma razão, né, que é social, que é pensada também só nos sócios e tal, mas é pensado nos funcionários, nos fornecedores, nos clientes. Existe uma razão social para existir.
	E5: Eu acho que é muito relevante não só pela questão em si, né, pelo propósito da responsabilidade social, mas eu acho que é relevante, inclusive para a marca, para a imagem da cooperativa frente à sociedade. A partir do momento que ela contribui, né? Que ela tem esse papel de responsabilidade social.

Fonte: elaborado pela a autora (2024).

De acordo com Paulo Sertek (2006, p. 48) discorre que:

A participação da empresa na construção do bem comum de seu entorno, isto é, no modo como aprimora as funções dos agentes que depende, constitui o núcleo genuíno da construção sua responsabilidade social. Essa postura influencia a maneira como se desenvolvem as práticas de gestão da organização e o modo como de atuar no seu entorno social. (SERTEK, 2006, p. 48).

Diante disso, questionou-se aos entrevistados acerca do entendimento e diferenciação de ações sociais, com a responsabilidade social. Haja vista que ação social, de acordo com o Instituto Ethos, abrange uma variedade de atividades realizadas pelas empresas para atender às necessidades das comunidades em diferentes esferas, como assistência social, alimentação, saúde, educação, cultura, meio ambiente e desenvolvimento comunitário (INSTITUTO ETHOS, 2008).

Por outro lado, a Responsabilidade Social refere-se a um conjunto de princípios que orienta as interações e práticas das empresas em relação a todos os seus *stakeholders*, que incluem funcionários, sociedade, governo, fornecedores, meio ambiente, consumidores e comunidade. Essa abordagem empresarial busca estabelecer parcerias e corresponsabilidade pelo desenvolvimento social, visando não apenas o benefício imediato, mas também a melhoria contínua e sustentável das condições de vida das partes envolvidas. Diferentemente da simples ação social, a responsabilidade social transcende o momento presente, buscando efetuar transformações positivas que repercutam no futuro daqueles que são impactados por suas iniciativas. (INSTITUTO ETHOS, 2008)

Com o questionamento de “P3 - você considera que ações sociais são igualadas com ações de responsabilidade social” e analisou-se que. E1 acredita que ações sociais são equivalentes a ações de responsabilidade social. E2 expressa dificuldade em definir claramente a fronteira entre ações sociais e responsabilidade social, destacando a importância de ir além do simples apoio assistencial. E3 não soube responder. E4 não vê diferenças entre as duas categorias de ações. E5 discorda da ideia de que ações sociais e responsabilidade social são iguais, argumentando que a responsabilidade social visa o desenvolvimento e capacitação das pessoas e comunidades, enquanto ações sociais podem ser percebidas como assistencialismo.

Sendo assim, as respostas dos entrevistados revelam diferentes perspectivas sobre a relação entre ações sociais e responsabilidade social. Enquanto alguns consideram que esses termos são equivalentes, outros destacam nuances importantes. A dificuldade em definir claramente essa fronteira ressalta a complexidade do tema e a necessidade de uma abordagem

mais abrangente que vá além do simples apoio assistencial. Portanto, é fundamental promover um entendimento mais amplo e aprofundado sobre o significado e o impacto das ações sociais e da responsabilidade social nas organizações e na sociedade como um todo.

Ademais, as entrevistas evidenciam que as empresas que atuam com Responsabilidade Social são percebidas de forma diferenciada pela sociedade. Essas empresas são vistas como mais cuidadosas, alinhadas com as expectativas atuais sobre responsabilidade social e ambiental, e muitas vezes recebem maior valorização e apoio dos consumidores. Além disso, são reconhecidas pelo seu compromisso em contribuir para o desenvolvimento das comunidades locais e para o bem-estar coletivo. Portanto, a Responsabilidade Social não apenas agrega valor à imagem das empresas, mas também fortalece o vínculo com a sociedade, criando uma relação de confiança e empatia que pode impactar positivamente nos resultados e na reputação das organizações.

Com a observação participante e com as respostas dos participantes, foi possível identificar que o E1 destaca que empresas que atuam com Responsabilidade Social diferenciam-se ao executar suas ações com um olhar mais minucioso sobre o impacto na sociedade e no mundo. Ele acredita que essas empresas tendem a ser mais bem-sucedidas e alinhadas com as expectativas atuais sobre responsabilidade social e ambiental.

O E2 concorda que essas empresas se diferenciam por terem um olhar mais cuidadoso e pela valorização que recebem das pessoas que valorizam a responsabilidade social. O E3 também vê a Responsabilidade Social como um diferencial, destacando a importância de acompanhar as ações positivas das empresas em prol da sociedade. Ele enfatiza a crescente importância desse aspecto para ele e para a sociedade em geral. O E4 relaciona a Responsabilidade Social à filosofia, destacando que as empresas não devem se limitar a buscar lucro, mas também devem considerar como reinvestir esse lucro na comunidade e em ações sociais. Ele acredita que esse comprometimento é um diferencial importante. E, o E5 ressalta que as empresas que atuam com Responsabilidade Social fortalecem suas marcas e geram empatia na sociedade ao ajudarem comunidades locais e realizarem ações voltadas para o bem-estar coletivo.

Sendo assim, os entrevistados revelam que a Responsabilidade Social é vista como fundamental pelas empresas, sendo percebida como uma obrigação ética e uma maneira de contribuir para o bem-estar coletivo. Os entrevistados concordam que as empresas que atuam com Responsabilidade Social se diferenciam positivamente, sendo valorizadas pela sociedade e pelos consumidores. A complexidade na definição de ações sociais versus Responsabilidade Social destaca a necessidade de uma compreensão mais abrangente do tema. No geral, investir

em Responsabilidade Social não apenas agrega valor à imagem das empresas, mas também promove um impacto positivo na comunidade e na sociedade como um todo.

4.2.2 Conhecimento das ações desenvolvidas pela Cooperativa

Nesse tópico buscou-se analisar o conhecimento dos entrevistados em relação as ações desenvolvidas pela Cooperativa estudada a fim de conectar os resultados da pesquisa e buscar preencher a lacuna de pesquisa.

Para isso, fora questionado aos entrevistados a seguinte pergunta “P2 – Você conhece quais são as ações sociais realizadas pela cooperativa? Se sim, pode citar algumas?”, e as respostas e análises obtidas foram conforme quadro 05.

Quadro 05 – Conhecimento das ações sociais realizadas pela Cooperativa

Questionamento	Contexto dos entrevistados
Você conhece quais são as ações sociais realizadas pela cooperativa? Se sim, pode citar algumas	E1: Primeiro, que a cooperativa, o cooperativismo em si, nos 2, tudo que a gente faz a gente retribui para a sociedade de alguma forma, né.. Seja através de recursos financeiros, seja através de fomentar a economia local, seja através de ações sociais, com adolescentes, com crianças, enfim, então é dessa forma que a gente atua, né. Tudo, tudo o que a gente faz é a favor da sociedade, né. Tendo esse olhar de responsabilidade.
	E2: O dia do cooperativismo é uma ação. Os programas sociais e aí aqui a gente poderia, acho que, trazer de forma mais individual não só a questão da me fugiu a palavra, mas das cooperativas escolares, da questão mais voltada para aquilo que a gente trabalha com o nosso público enquanto associado, que daí também tem a questão do dos programas Crescer; Pertencer, que também tem esse olhar que daí é para o público associado. Que aqui eu trago o envolvido na educação financeira, mas que estaria aqui segmentado.
	E3: Aqui no município de Erechim, eu sei que a gente ajuda várias entidades, né. Os hospitais, têm (ai meu Deus aqui do lado de casa tem um lar infantil, eu esqueci o nome), mas é o lar das crianças, e tem um lar de idosos. A gente ajuda várias entidades nesse sentido. Falando de fundo social, né; que é a primeira coisa que vem mais na cabeça.
	E4: Sim, recolher impostos, fazer negócios com os associados, fundo social, que aí a gente pode citar doações para hospitais, doações para escolas, doações para as comunidades, né. Ou pra associações que tenham cunho não lucrativo.
	E5: Eu acho que citei na pergunta anterior, mas tem essa questão da muito voltada para a educação, né; para as escolas, então, as cooperativas escolares, o programa união faz a vida. Temos também o dia “C” do cooperativismo, que a gente acaba fazendo ações, né. Mas por vezes se cria uma relação com as entidades e se dá continuidade para isto. Então eu também vejo que é o é um dia de ação, mas que pode se tornar um programa de responsabilidade social.

Fonte: elaborado pela autora (2024).

As respostas dos entrevistados revelam que a cooperativa em questão realiza diversas ações sociais em benefício da comunidade. Algumas dessas ações incluem:

- Fomento da economia local e retribuição para a sociedade através de recursos financeiros.
- Programas sociais, como o "Dia do Cooperativismo" e "Programa Crescer Pertencer", voltados para o público associado e para a educação financeira.
- Auxílio a diversas entidades locais, como hospitais, lares infantis e lares de idosos, por meio de doações e apoio ao fundo social.
- Recolhimento de impostos e realização de negócios com os associados para gerar recursos destinados a doações para hospitais, escolas, comunidades e associações sem fins lucrativos.
- Investimento em educação, especialmente por meio de apoio às cooperativas escolares e ao programa "União Faz a Vida".
- Participação em ações do "Dia do Cooperativismo", com possibilidade de estabelecer relações contínuas com entidades para desenvolver programas de responsabilidade social mais abrangentes.

Essas ações demonstram o compromisso da cooperativa em contribuir para o desenvolvimento da comunidade local, promovendo educação, saúde, bem-estar e fomentando a economia regional.

4.2.3 Correlação da Cooperativa com RSE na visão dos entrevistados

Quanto a relação das respostas que conectam a Cooperativa com a Responsabilidade Social, as perguntas elencadas para essa análise foram: “P1 – De que forma você acredita que a Cooperativa atua com responsabilidade social?”; “P3 – Você considera que as ações sociais que a cooperativa realiza fazem parte de uma postura de responsabilidade social da empresa?”; “P6 – Quais práticas você identifica efetivas de responsabilidade social aplicadas a cooperativa?”; “P9 – Quais são os benefícios gerados para a sociedade/municípios e comunidades nas ações sociais realizadas na cooperativa?”. Do qual a numeração delas está identificada conforme o questionário realizado.

Dito isso, as respostas dos entrevistados demonstram que a cooperativa atua de forma abrangente e engajada com a responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento econômico, educacional e social das comunidades onde está inserida. Essa atuação reflete um compromisso com valores cooperativistas, como solidariedade, responsabilidade e

sustentabilidade, e evidencia a importância das cooperativas como agentes de transformação social.

Analisando as respostas dos entrevistados em relação à forma como a cooperativa atua com responsabilidade social, é possível identificar alguns pontos comuns e nuances importantes, como contribuição para a sociedade, presença na comunidade, programas sociais, educação, entre outros.

Contribuição para a sociedade: Todos os entrevistados reconhecem que a cooperativa atua de alguma forma em benefício da sociedade. Isso é evidenciado pela retribuição para a sociedade por meio de recursos financeiros, fomento da economia local e realização de ações sociais. Em razão a isso:

Primeiro, o que a cooperativa, o cooperativismo em si, tudo o que a gente faz, a gente retribui para a sociedade de alguma forma. Seja através de recursos financeiros, seja através de fomentar a economia local, seja através de ações sociais, com adolescentes, com crianças, enfim, então é dessa forma que a gente atua. Tudo, tudo o que a gente faz é a favor da sociedade, tendo esse olhar de responsabilidade. (E1).

Presença nas comunidades: Há um destaque para a presença da cooperativa em comunidades, mesmo em cidades pequenas, onde pode ser a única instituição presente. Isso demonstra um compromisso em fazer a diferença e contribuir para o desenvolvimento dessas localidades. Conforme:

Pela empresa, eu poderia citar aqui... Eu acho que a forma que a gente busca entrar nos municípios onde ainda não estamos com uma agência; a gente busca primeiro estar lá presente com o intuito sim, de ter lá a questão financeira, mas eu acho que também olhar para aquilo que a gente pode melhorar, desenvolver naquele município. E, eu acho que a cooperativa, ela consegue muito bem ter esse olhar de que, mesmo que seja uma cidade pequena, onde talvez financeiramente (não faria sentido atuar) mas não, ela está lá, não só para ser mais uma instituição ou para ser, ou às vezes ela é a única, né? Mas está lá fazendo a diferença. (E2).

Programas e iniciativas sociais: Os entrevistados mencionam uma variedade de programas e iniciativas sociais desenvolvidos pela cooperativa, como educação financeira, cooperativas escolares, fundo social e apoio a entidades assistenciais. Esses programas visam não apenas beneficiar diretamente os associados, mas também a comunidade em geral, promovendo educação, desenvolvimento econômico e assistência social.

Educação como pilar da responsabilidade social: A educação é mencionada como um pilar importante da responsabilidade social da cooperativa, seja por meio de programas

específicos de educação financeira, seja pelo envolvimento em iniciativas que promovem a educação nas comunidades, como as cooperativas escolares.

Para apresentar os resultados dessa resposta de questionário sobre se as ações sociais realizadas pela cooperativa fazem parte de uma postura de responsabilidade social da empresa, podemos destacar as seguintes conclusões:

Unanimidade na percepção. Todos os entrevistados concordam que as ações sociais realizadas pela cooperativa fazem parte de uma postura de responsabilidade social da empresa. Isso indica um alinhamento geral na compreensão de que as iniciativas sociais da cooperativa estão alinhadas com um compromisso mais amplo de contribuir para o bem-estar da sociedade.

Ênfase na continuidade e consistência. Alguns entrevistados ressaltam a importância de não apenas realizar ações sociais pontuais, mas também de investir em programas contínuos e consistentes, como a educação financeira. Isso demonstra uma preocupação em desenvolver iniciativas que tenham um impacto duradouro e significativo na comunidade.

Diferença entre ação pontual e responsabilidade social. Um dos entrevistados destaca a diferença entre realizar uma ação isolada e efetivamente incorporar a responsabilidade social como parte integrante das atividades da cooperativa. Ele resalta a importância de não se limitar a doações pontuais, mas sim de buscar formas mais engajadas de contribuir para a solução de problemas sociais.

Em suma, os resultados indicam que as ações sociais da cooperativa são percebidas como parte essencial de sua postura de responsabilidade social, embora haja uma ênfase na importância da continuidade, consistência e engajamento efetivo para garantir um impacto significativo na sociedade.

Ademais, os entrevistados destacam diversas práticas de responsabilidade social aplicadas pela cooperativa, evidenciando sua eficácia e relevância. Em resumo, as práticas efetivas de responsabilidade social identificadas pelos entrevistados abrangem uma variedade de áreas, incluindo desenvolvimento feminino, educação financeira, apoio a organizações locais, recolhimento de impostos, e investimentos econômicos e ambientais. Essas iniciativas demonstram o compromisso da cooperativa com o bem-estar e o desenvolvimento sustentável das comunidades onde está.

Os benefícios gerados para a sociedade/municípios e comunidades nas ações sociais realizadas na cooperativa são apresentados na entrevista pelos entrevistados da seguinte forma:

Quadro 06 – Benefícios gerados para a sociedade/municípios e comunidades nas ações sociais.

Contexto dos entrevistados
Desenvolvimento pessoal e econômico. Acho que é o principal assim. (E1).
Olha, eu acho que a primeira é a imagem que a cooperativa ganha muito, né, porque querendo ou não, você tem esse olhar da sociedade para uma instituição que, se de fato se envolve com a comunidade, se importa verdadeiramente. Eu acho que você tem um ganho muito grande com o público que está atuando, porque se essas pessoas se identificam com isso e acreditam nisso, elas vão se sentir mais engajadas. Se isso fazer sentido para elas, obviamente, porque há algo muito individual. Mas se eu estou buscando pessoas e eu quero que elas se envolvam, e eu conheço esse público de colaboradores, que eu tenho e eles se envolvem com isso, eu vou engajar eles também. Eu vou ter o retorno, obviamente financeiro, porque pessoas que não são associadas ou já associados, mas que talvez não estejam movimentando tanto, se identificarem com aquela ação, vão passar a movimentar porque querem apoiar. Aquela instituição financeira, porque ela está fazendo também um papel social, então eu acho que acaba uma coisa, acaba levando a outra, né? (E2).
Eu acho que a primeira coisa que vem na cabeça é a imagem, que a gente tem esse reconhecimento, enfim, dos associados à comunidade e tudo mais. Embora a gente não divulgue, nós não temos uma ação proativa de quem sabe divulgar essas ações que a gente faz, mas a comunidade que aproveita, que é beneficiada com essas ações, acaba fazendo esse boca a boca e acho que acaba gerando no Sicredi, assim, um parceiro, que não é só lá o banco. (E3).
(...) é ter um cunho social, porque estou confiando dinheiro. A prefeitura e ela, tão logo deveria investir esse dinheiro nessa comunidade, investindo em escolas, em infraestrutura, em segurança e tal. Então acho que a participação acontece com doações, mas acontece com um negócio, quando eu faço também nesse aspecto, vou citar aqui o exemplo de prefeituras, poderia ser também uma associação comercial. Entidade muitas vezes do crédito, do investimento do consórcio, do seguro, mas também eu subsidio isso também através dos meus. Talvez eu cobro menos, mais barato (E4).
Eu acho que desenvolvimento econômico, social, eu acho que educação por por vezes. A gente tem a questão dos programas de educação financeira, o quanto isso desenvolve e conscientiza as pessoas, pra olhar para as suas finanças de uma outra forma. Então eu acho que pessoas que nunca tiveram, por vezes a oportunidade de terem uma educação financeira tem isso de forma gratuita, de forma acessível, então o quanto a gente consegue estar trabalhando, desenvolvendo, estar ajudando as pessoas de certa forma. (E5).

Fonte: criado pela autora (2024).

Com isso, é possível analisar que os entrevistados afirmam que as ações da cooperativa vão além do âmbito financeiro, gerando um impacto positivo e duradouro na sociedade, promovendo o desenvolvimento econômico, a inclusão financeira e a coesão comunitária. Esses benefícios contribuem para a construção de comunidades mais prósperas, equitativas e resilientes, vinculando-se a esfera de responsabilidade social.

4.3 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES DO PÚBLICO EXTERNO – ASSOCIADOS

Nesta etapa, as respostas dos questionários foram classificadas como respondentes, definidos em “R” e mostrados do (R1) ao (R40), para que fosse possível desmistificar a pesquisa qualitativa do público interno e quantitativa do público externo, possibilitando uma comparação e análise. Totalizou-se 40 respondentes, do questionário, com perguntas abertas e fechadas, com idades de 18 a 69 anos, conforme demonstrado no quadro 07.

Quadro 07 – Perfil dos respondentes do público externo

R	Idade	Sexo	Estado Civil	Nível de escolaridade	Profissão
R1	29	Masculino	Solteiro (a)	Pós graduado	Assessor de investimentos
R2	32	Masculino	Solteiro (a)	Superior incompleto	Policial militar
R3	23	Feminino	Solteiro (a)	Nível superior completo	Médica veterinária
R4	51	Feminino	Casado (a)	Pós-graduada.	Professora.
R5	25	Masculino	Solteiro (a)	Superior completo	Médico
R6	35	Feminino	Casado (a)	Pós graduada	Bancária
R7	52	Masculino	Casado (a)	Ensino médio	Motorista
R8	23	Feminino	Solteiro (a)	Superior Incompleto	Funcionária Pública
R9	49	Feminino	Casado (a)	Ensino médio	Empresária
R10	32	Feminino	Solteiro (a)	Mestre	Professor
R11	47	Feminino	Casado (a)	3 grau	Micro empresária
R12	22	Masculino	Solteiro (a)	Superior completo	Bancário
R13	50	Feminino	Casado (a)	Superior	Bancária
R14	48	Masculino	Casado (a)	Superior	Corretor de imóveis
R15	27	Masculino	Solteiro (a)	Ensino Superior Completo	Analista de Processos
R16	18	Feminino	Solteiro (a)	Ensino médio completo	Estudante
R17	53	Feminino	Divorciado (a)	Ensino médio completo	Cabeleireira
R18	34	Masculino	Outro não mencionado acima.	Superior completo	Servidor público federal
R19	27	Feminino	Solteiro (a)	Superior	Analista de testes
R20	30	Feminino	Outro não mencionado acima.	Superior completo	Administradora

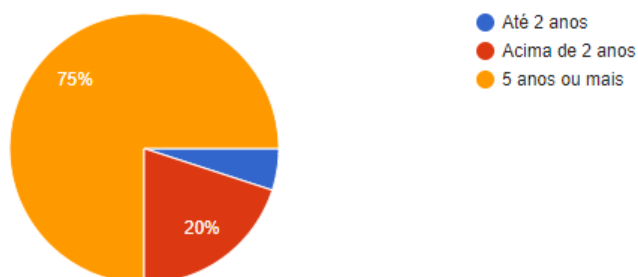
R21	31	Feminino	Solteiro (a)	Pós graduação	Psicóloga
R22	54	Feminino	Casado (a)	Pós graduada	Professora aposentada
R23	53	Feminino	Divorciado (a)	Ensino Médio	Autônoma
R24	29	Masculino	Solteiro (a)	Pós-Graduado	Engenheiro
R25	34	Feminino	Solteiro (a)	Pós Graduada	Assistente de Pró Reitoria de Ensino
R26	28	Masculino	Solteiro (a)	Superior	Analista de TI
R27	31	Feminino	Solteiro (a)	Pós graduação	Estudante
R28	27	Masculino	Solteiro (a)	Pós-Graduado	Piloto de Aeronaves
R29	31	Feminino	Solteiro (a)	Superior Completo.	Empregado de Cooperativa.
R30	32	Feminino	Solteiro (a)	Mestrado	Bancária
R31	31	Feminino	Casado (a)	Superior completo	Funcionaria publica
R32	28	Feminino	Casado (a)	Pós Graduada	Bancária
R33	34	Masculino	Casado (a)	Nível superior incompleto	Administrador
R34	36	Feminino	Outro não mencionado acima.	Pós graduação	Professora
R35	44	Feminino	Divorciado (a)	Pós-graduada	Professora
R36	69	Feminino	Casado (a)	Fundamental	Aposentada
R37	32	Masculino	Casado (a)	Ensino médio	Gerente de sinistros
R38	35	Feminino	Solteiro (a)	Superior Completo	Contadora
R39	30	Feminino	Solteiro (a)	Superior completo	Analista de faturamento
R40	26	Feminino	Solteiro (a)	Pós-graduação em andamento	Bancária

Fonte: criado pela autora (2024).

Analisou-se que a média de idade é de 30 anos. A distribuição de respondentes por sexo foi 47,5% dos respondentes são do sexo masculino (19 masculino e 21 feminino). Acerca do nível de escolaridade e profissão, a maioria dos respondentes possui ensino superior completo ou pós-graduação, independentemente da profissão. As profissões abrangem uma variedade de setores, desde a área de saúde até a financeira e educação.

Quanto ao tempo atuando na/com a Cooperativa, foram identificados conforme figura 07, que:

Figura 07 – Há quantos anos é associado ou movimentado com a cooperativa?



Fonte: Google Forms (2024).

Sendo assim, 75% dos respondentes atuam a 5 ou anos ou mais e apenas 2% atua a menos de dois anos. Caracterizando um tempo importante para que as respostas sejam embasadas com o fato dos respondentes de fato conhecerem a Cooperativa de Crédito objeto de estudo.

4.4 ANÁLISE DO ENTENDIMENTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E PROJETOS EM ANDAMENTO SOB A PERSPECTIVA DOS ASSOCIADOS

Com base nas respostas fornecidas à pergunta "O que você entende por responsabilidade social em empresas?", podemos destacar alguns temas e tendências comuns entre os 40 respondentes:

- **Conceito Geral:** A maioria dos respondentes entende a responsabilidade social como ações e comportamentos adotados pelas empresas para promover o bem-estar da sociedade, tanto interna quanto externamente.
- **Envolvimento na Comunidade:** Destaca-se a ideia de envolvimento e participação ativa na comunidade em que a empresa está inserida, seja por meio de ações voluntárias, parcerias, ou contribuições para entidades locais.
- **Desenvolvimento Sustentável:** Várias respostas mencionam a importância de considerar aspectos sociais, ambientais e econômicos, indo além do desenvolvimento básico das operações da empresa.
- **Compromisso Social:** A responsabilidade social é percebida como um compromisso com o desenvolvimento econômico e social da comunidade local e da sociedade como um todo.
- **Conscientização Ambiental:** Alguns respondentes destacam a conscientização ambiental como parte integrante da responsabilidade social, indicando a importância de ações para reduzir os impactos ambientais.
- **Relação com o Público Interno:** A responsabilidade social também é vista como uma atenção especial aos funcionários e associados, incluindo treinamentos, cuidados financeiros e comprometimento com o bem-estar geral.
- **Cidadania Corporativa:** Alguns respondentes ressaltam a ideia de que as empresas devem assumir um papel ativo na resolução de problemas sociais, reconhecendo que o impacto de seus negócios vai além de clientes e funcionários.

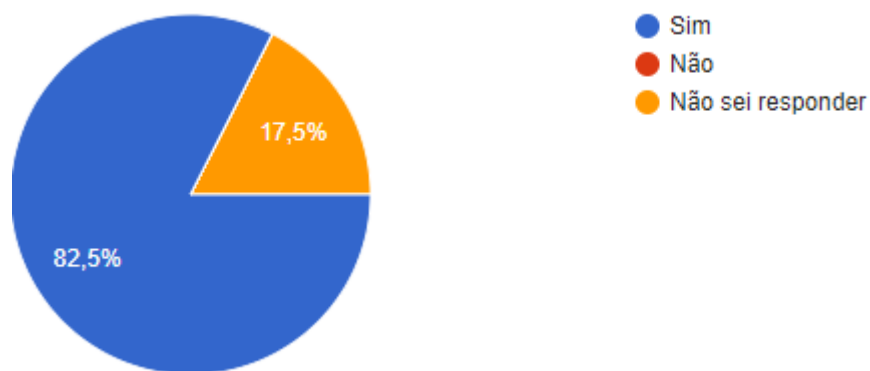
- **Educação e Auxílio à Comunidade:** Muitas respostas mencionam projetos de auxílio à educação e ações benéficas para a comunidade como exemplos concretos de responsabilidade social.
- **Enfoque na Qualidade e Satisfação:** Algumas respostas relacionam a responsabilidade social à qualidade dos serviços prestados e à satisfação dos clientes.
- **Variação no Nível de Conhecimento:** Alguns respondentes indicam ter pouco conhecimento sobre o tema, enquanto outros expressam uma compreensão mais profunda das práticas de responsabilidade social.

As respostas refletem uma compreensão abrangente da responsabilidade social empresarial, destacando a importância das empresas em atuarem de forma ética e comprometida com o desenvolvimento sustentável da sociedade em que estão inseridas.

Essas observações orientam a análise mais aprofundada dos dados, permitindo identificar padrões específicos e destacar áreas de interesse para a cooperativa de crédito em Erechim/RS.

Ademais, 82,5% dos respondentes afirma que considera que a Cooperativa se diferencia de outras empresas em atividades sociais voltadas para a comunidade local, sendo que ninguém respondeu que não e 17,5% não soube responder, conforme ilustrado na figura 08:

Figura 08 – Você considera que a cooperativa se diferencia de outras empresas em atividades sociais voltadas para a comunidade local?



Fonte: Google Forms (2024).

Ainda, com base nos pontos positivos identificados nas respostas dos participantes em relação às ações sociais realizadas pela cooperativa, podemos afirmar que os resultados são bastante favoráveis em relação ao objetivo da pesquisa. Os pontos positivos destacam uma série

de benefícios e impactos positivos percebidos pela comunidade, associados e pela própria cooperativa. Os principais resultados em relação ao objetivo da pesquisa incluem:

Fortalecimento do Relacionamento e Aproximação: Ações sociais contribuem para um estreitamento significativo do relacionamento entre a cooperativa e seus associados, gerando uma conexão mais positiva e próxima.

Quando a empresa associa sua forma de atuação de forma a beneficiar diferentes classes sociais, bem como a comunidade na qual está inserida, promovendo assim o desenvolvimento mútuo. (R6).

Desenvolvimento da Comunidade e Incentivo à Educação: As iniciativas estão efetivamente contribuindo para o desenvolvimento da comunidade, incentivando a educação e promovendo o conhecimento entre os participantes.

As empresas fazem parte da sociedade. Ofertam serviços e empregos, modificam e participam da construção sociocultural e territorial de um espaço. Dessa forma, também apresentam responsabilidade sobre o que acontece em uma sociedade, seja na sua organização interna (como, por exemplo, um bom ambiente de trabalho para seus funcionários), seja no impacto externo (como, por exemplo, proteção ambiental). (R5).

Reconhecimento e Valorização: As ações sociais resultam no reconhecimento e valorização da cooperativa perante a comunidade, fortalecendo sua imagem de forma positiva.

Envolve a criação e gerenciamento de ações voltadas a criar benefícios sociais, seja ao público interno, seja ao público externo; por meio de ações diretas, convênios, subsídios, etc. (R18).

Impacto Positivo na Economia Local: Benefícios econômicos são evidenciados, incluindo o subsídio a empreendedores locais e a melhoria da qualidade de vida da população e dos funcionários.

Engajamento e Desafio para Outras Empresas: Destaca-se o engajamento ativo com a comunidade e o desafio proposto a outras empresas para adotarem práticas semelhantes, evidenciando a liderança da cooperativa.

Proatividade e Comprometimento com Desafios Sociais: A cooperativa demonstra proatividade ao assumir seu papel nos desafios sociais, promovendo educação, liderança, e prosperidade no ecossistema local.

Aumento de Credibilidade e Confiança: As ações sociais contribuem para o aumento significativo da credibilidade e confiança, resultando em uma visão mais positiva da cooperativa por parte da comunidade.

Impacto Social e Desenvolvimento Geral: Há um impacto social relevante, contribuindo para o desenvolvimento geral da população e fortalecendo os laços entre a cooperativa e a comunidade.

Auxílio a Causas Sociais e Comunidade Escolar: Destaca-se o auxílio a causas sociais, comunidade escolar e famílias carentes, refletindo o compromisso com o bem-estar geral.

Investimentos em Saúde e Segurança do Trabalhador: A cooperativa demonstra preocupação com a saúde e segurança do trabalhador, evidenciando um comprometimento com o bem-estar da comunidade.

Crescimento e Visibilidade da Marca: As ações contribuem para o crescimento de associados, ampliação da visibilidade da marca e criação de uma vantagem competitiva.

Engajamento dos Cooperados e Crescimento da Comunidade: Observa-se um aumento no engajamento dos cooperados e uma contribuição para o crescimento global da comunidade.

Assumir que a empresa faz parte de um contexto maior, que inclui o quanto ela impacta ou pode impactar seu entorno através de ações e iniciativas. Protagonizar os problemas sociais como sendo corresponsabilidade sua, visto que o impacto gerado por um negócio cria ondas para além de seus funcionários e clientes. Não ficar alheio ao que acontece em seu entorno. (R21).

Incentivo à Educação e Agricultura: A cooperativa destaca-se ao incentivar a educação, agricultura e valorização das comunidades onde está inserida.

Formação de Cidadãos Cooperativos: Contribuição para a formação de cidadãos cooperativos, promovendo valores cooperativos e éticos.

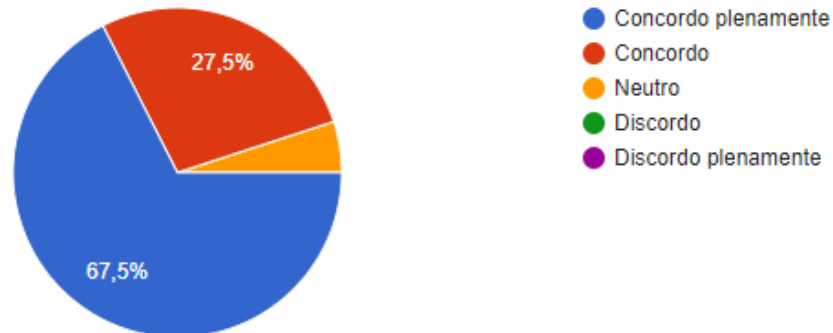
Atração de Investimentos e Visibilidade: As ações contribuem para atrair investimentos, aumentar o lucro, e garantir maior visibilidade para a cooperativa.

Protagonismo, Cooperação e Valorização da Comunidade: A cooperativa destaca-se pelo protagonismo, promoção da cooperação e valorização da comunidade em que está inserida.

Considerando esses pontos positivos, os resultados indicam que as ações sociais realizadas pela cooperativa estão alinhadas com os objetivos da pesquisa, gerando impactos positivos significativos na comunidade, associados e na própria imagem da cooperativa.

Em relação a isso, os respondentes informaram que na maioria concordam ou concordam plenamente que as ações de responsabilidade social impacta positivamente na reputação da cooperativa, conforme ilustrado na figura 09.

Figura 09 - Na sua opinião, as ações de responsabilidade social impactam positivamente na reputação da cooperativa?



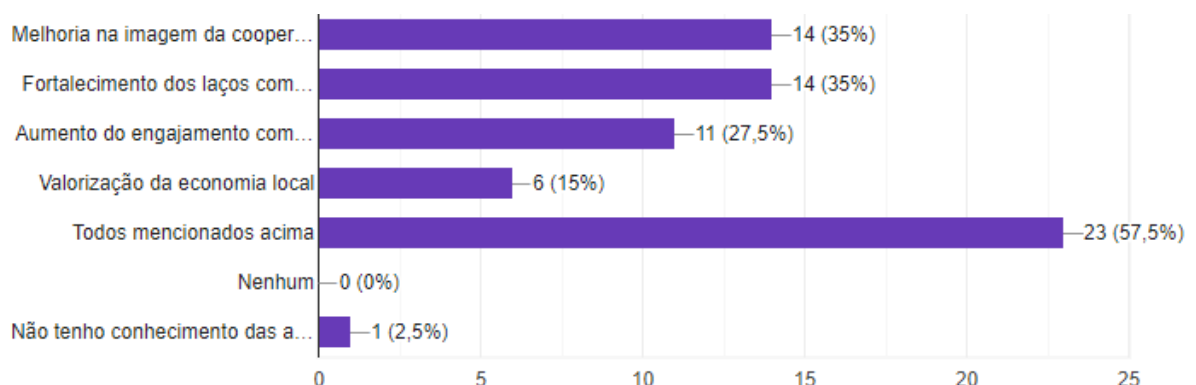
Fonte: Google Forms (2024).

De todos os respondente, nenhum deles discorda ou discorda plenamente e 5% manteve uma resposta neutra, que pode ser considerado como “não souberam responder”.

Mas em contraponto, destarte que, o entendimento dos respondentes também é de que 55% acredita que a cooperativa contribui (muito) para causas sociais, 30% acredita que a cooperativa contribui (moderadamente) e 2,5% classificou a contribuição como (pouco).

Outro ponto importante da pesquisa em relação aos respondentes externos, associados/*stakeholders* foi de que a maioria (57,5%) informou que os benefícios nas atividades de responsabilidade social da cooperativa são: a melhoria na imagem da cooperativa; fortalecimento dos laços com a comunidade; aumento do engajamento com os associados; valorização da economia local e não somente um deles em separado, conforme ilustra a figura 10.

Figura 10 – Quais dos seguintes benefícios você identifica nas atividades de responsabilidade social da cooperativa?



Fonte: Google Forms (2024).

Por fim, finaliza-se que os respondentes trouxeram pontos de melhoria para as ações sociais realizadas pela cooperativa, podendo destacar-se que, as respostas sobre pontos de melhoria para as ações sociais realizadas pela cooperativa refletem uma variedade de sugestões e observações. Alguns entrevistados expressaram incerteza ou desconhecimento sobre o assunto, enquanto outros sugeriram ideias específicas para aprimorar as iniciativas já existentes. Entre as sugestões comuns estão: Expansão e abrangência das ações para mais comunidades; Maior divulgação das iniciativas sociais realizadas pela cooperativa; Envolvimento e participação dos colaboradores como voluntários; Desenvolvimento de programas voltados para temas atuais que beneficiem a cooperativa e a sociedade; Investimento em projetos específicos, como auxílio às crianças carentes, desenvolvimento de práticas que atendam às necessidades locais e criação de programas de educação financeira para jovens. Ampliação do acompanhamento a longo prazo das ações e maior foco em entidades e comunidades com maior número de pessoas envolvidas.

Em conclusão, as respostas indicam um interesse genuíno em aprimorar as iniciativas sociais da cooperativa, destacando a importância da expansão, divulgação e eficácia das ações para maximizar seu impacto positivo na comunidade, com uma maioria de respondentes informando sugerindo sobre a ampliação da divulgação das ações existentes. O feedback dos entrevistados fornece insights valiosos para o planejamento e desenvolvimento de futuros projetos de responsabilidade social empresarial.

4.5 ANÁLISE CONJUNTA

Destacou-se o esforço em compreender como os entrevistados interpretam a RSE e sua relação com a cooperativa.

Tanto os respondentes do público interno, colaboradores da Cooperativa de Crédito estudada, quanto a visão externa de associados/*stakeholders*, visualizou uma percepção positiva da atuação da cooperativa em termos de responsabilidade social, destacando seu papel como agente de transformação social e contribuição para o desenvolvimento econômico, educacional e social das comunidades.

Ambos os entrevistados possuem perspectivas acerca da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e dos projetos em andamento.

São mencionadas as ações concretas realizadas pela cooperativa, como educação financeira, programas de cooperação, entre outros, evidenciando seu compromisso com o desenvolvimento da comunidade local.

Quadro 08 – Comparação de respostas do público interno (colaboradores) e externo (associados/*stakeholders*).

Questionamentos	Entrevistados (público interno)	Respondentes (público externo)
O que o você compreende por responsabilidade social?	<p>Para mim, responsabilidade social é a responsabilidade que a gente tem com a sociedade em si, eu acho que é esse o olhar assim, e aí não a sociedade, digo pessoas e sim no todo, com meio ambiente, com economia, com as pessoas em si. Então acho que é ter esse olhar de realmente o cuidado com toda a sociedade. (E1).</p> <p>Eu entendo que responsabilidade social é o papel que a empresa ou as empresas têm. No caso aqui, a cooperativa frente à sociedade, uma responsabilidade social e econômica também, uma forma de desenvolver a comunidade local onde elas estão inseridas. (E5).</p>	<p>Junto a sociedade e comunidade, demonstrando seu interesse pela mesma e o que ela proporciona de bom para a comunidade. (R12).</p> <p>A responsabilidade social para empresas é quando as organizações adotam posturas, ações e comportamentos que visam o bem-estar do seu público, tanto interno, quanto externo. (R16).</p>
Você considera que a cooperativa se diferencia de outras empresas em atividades sociais voltadas para a comunidade local?	<p>Todos os entrevistados responderam que (sim), explicando o motivo.</p> <p>Sim, porque a gente passa a executar todas as ações e todas as frentes que a gente atua, com um olhar um pouco mais minucioso. Assim, olhando para o impacto que isso vai gerar numa sociedade ou no mundo, né? Então, para mim essas empresas têm muito mais (..) Tendem a ter muito mais sucesso, olhando para um futuro e também, e também estão aderentes ao que o mundo vem olhando hoje em dia, né? Que é esse lugar de responsabilidade social, questão ambiental, econômica, né? Enfim, então sim, é um grande diferencial. (E1).</p>	82,5% dos respondentes informou que (sim).
De que forma você acredita que a Cooperativa atua com responsabilidade social?	Eu acho que são formas, hoje a gente tem vários programas de relacionamento, educação financeira, formação em cooperativismo e isso a gente trabalha muito com os associados e não associados, mas a gente tem também o fundo social, que daí são as ações sociais, que é um. (...) E eu acho que além disso, responsabilidade social é o que a gente também busca, fomentar as comunidades que a gente atua, as parcerias que a gente tem com as empresas que a gente tem com as. Associações, e tudo mais, para desenvolver o nosso negócio e o negócio local dessas pessoas e também muito do que é feito com os colaboradores internamente. Assim, de olhar para os colaboradores de benefícios, de tentar ter um clima, uma cultura agradável e atrair também mais pessoas para esse movimento, então, acho que ele é bem amplo assim, no meu entendimento. (E3).	55% dos respondentes responderam em medida, caracterizando como (muito) e 30% como moderadamente, nenhum respondente respondeu (nada).

Fonte: criado pela a autora (2024).

Assim, as respostas das duas análises são apresentadas de forma equivalente para a pesquisa.

Por fim, ressaltou-se que os entrevistados evidenciam a diferenciação da cooperativa em relação a outras empresas em suas atividades sociais, com impactos positivos significativos na comunidade, associados e na própria imagem da cooperativa. Esses resultados demonstram a efetividade das ações sociais da cooperativa, alinhando-se aos objetivos da pesquisa e destacando sua importância como agente de responsabilidade social e transformação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A Responsabilidade Social é entendida como a consciência de um agente em relação às suas ações voluntárias que impactam a sociedade. No âmbito do mercado social, essa noção envolve a realização de ações destinadas a promover transformações positivas na comunidade. Tradicionalmente, a responsabilidade social empresarial tem sido direcionada principalmente para o público interno das organizações, ou seja, os funcionários. No entanto, uma abordagem mais abrangente, introduzida pelo conceito de Ethos, amplia esse escopo para incluir outros stakeholders, como acionistas, fornecedores, clientes e a própria comunidade. Essa ampliação de foco representa a principal distinção entre o conceito de investimento social privado corporativo e a responsabilidade social empresarial. Enquanto o investimento social tem como alvo a sociedade como um todo, as empresas privadas tendem a se concentrar principalmente na comunidade local onde estão inseridas. (INSTITUO ETHOS, 2003).

Em suma, a pesquisa proposta visa contribuir para o avanço do conhecimento sobre o papel das cooperativas na promoção da inclusão social e no desenvolvimento sustentável. Ao identificar práticas eficazes de responsabilidade social, ela pode informar políticas e práticas que contribuam para um futuro mais justo, equitativo e sustentável para todos.

Este trabalho de pesquisa teve como objetivo analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para práticas de responsabilidade social, pela visão dos colaboradores e público externo, associados/*stakeholders*. Por meio da análise de resultados evidenciou-se que os entrevistados entendem que diante das respostas fornecidas à pergunta sobre responsabilidade social em empresas, é possível estabelecer uma conexão clara entre os princípios do cooperativismo e as práticas de responsabilidade social. Os elementos identificados nas respostas dos entrevistados refletem a adesão da cooperativa aos valores fundamentais do cooperativismo, que enfatizam a solidariedade, a responsabilidade e a sustentabilidade.

O conceito geral de responsabilidade social, definido pelos entrevistados como ações e comportamentos voltados para o bem-estar da sociedade, alinha-se perfeitamente com o princípio cooperativista da solidariedade, que preconiza a cooperação entre os membros para o benefício mútuo e da comunidade em geral.

O envolvimento ativo da cooperativa na comunidade local, seja por meio de ações voluntárias, parcerias ou contribuições para entidades locais, demonstra seu compromisso com a responsabilidade social e sua integração na sociedade, refletindo o princípio cooperativista da

responsabilidade, que enfatiza a participação ativa dos membros na gestão e nos objetivos da cooperativa.

O enfoque na educação financeira, o apoio a iniciativas educacionais e o desenvolvimento econômico das comunidades onde a cooperativa está inserida destacam a importância da educação como um pilar da responsabilidade social. Isso está em sintonia com o princípio cooperativista da educação, que valoriza a formação e o desenvolvimento dos membros e da comunidade como um todo.

Além disso, a conscientização ambiental, a preocupação com o público interno e o compromisso com o desenvolvimento sustentável evidenciam a abordagem holística da responsabilidade social adotada pela cooperativa, que considera não apenas aspectos econômicos, mas também sociais e ambientais, em conformidade com o princípio cooperativista da sustentabilidade.

Portanto, ao analisar os elementos identificados nas respostas dos entrevistados à luz dos princípios do cooperativismo, fica evidente que a cooperativa de crédito em questão não apenas incorpora a responsabilidade social em suas práticas, mas também vive e promove os valores essenciais do cooperativismo, contribuindo assim para um desenvolvimento sustentável e inclusivo das comunidades onde atua.

O problema de pesquisa foi respondido pelos resultados, caracterizando que as cooperativas contribuem para a inclusão social e contribuem através de ações de responsabilidade social, dando ênfase na continuidade, consistência e engajamento efetivo nas ações sociais realizadas pela cooperativa reflete o compromisso de longo prazo da cooperativa com a responsabilidade social, alinhando-se ao princípio cooperativista da continuidade, que visa à perenidade e ao progresso da cooperativa e das comunidades que ela atende.

A compreensão acerca da relação entre Responsabilidade Social e o Sistema da Cooperativa de Crédito ficou evidenciada com a análise das práticas de responsabilidade social da cooperativa estão alinhadas aos princípios do cooperativismo, tais como solidariedade, responsabilidade, educação e sustentabilidade. Essa conexão é clara nas ações da cooperativa, que vão desde o envolvimento ativo na comunidade até o apoio a iniciativas educacionais e o desenvolvimento econômico local. Portanto, a conclusão dessa análise é que a cooperativa de crédito demonstra um compromisso genuíno com a responsabilidade social, integrando-a de maneira orgânica e coerente em seu sistema de funcionamento e valores cooperativistas.

Já o objetivo de caracterizar a prevalência de elementos ligados as dimensões econômica, social e ambiental em uma Cooperativa de Crédito e associados (*stakeholders*); foi possível concluir que a Cooperativa de Crédito e seus associados demonstram uma forte ênfase

nas dimensões econômica, social e ambiental em suas atividades e práticas. A análise revelou que a cooperativa está ativamente engajada em promover o bem-estar econômico e social das comunidades onde opera, além de demonstrar um compromisso com a sustentabilidade ambiental.

Essas conclusões sugerem que a cooperativa e seus *stakeholders* estão alinhados com os princípios do cooperativismo e têm um forte compromisso com a responsabilidade social e a sustentabilidade em suas operações e práticas. Este alinhamento é fundamental para o fortalecimento da cooperativa como uma instituição que promove o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais, ao mesmo tempo em que preserva e protege o meio ambiente.

Outrossim, apontou-se as contribuições de RSE para a organização estudada, como:

Fortalecimento da reputação e imagem da cooperativa: Ao adotar práticas de responsabilidade social, a cooperativa demonstra seu compromisso com o bem-estar da comunidade e o desenvolvimento sustentável, o que contribui para uma imagem positiva perante os associados, clientes, colaboradores e sociedade em geral.

Atração e retenção de talentos: A implementação de programas sociais e ambientais atrai profissionais que valorizam empresas engajadas em causas sociais e ambientais, além de promover a satisfação e o engajamento dos colaboradores que se identificam com os valores da cooperativa.

Fidelização de associados e clientes: O envolvimento em iniciativas sociais e comunitárias fortalece os laços da cooperativa com seus associados e clientes, gerando maior confiança e lealdade em relação à instituição.

Criação de valor compartilhado: A RSE pode gerar benefícios tanto para a comunidade quanto para a cooperativa, promovendo um desenvolvimento econômico e social sustentável nas regiões onde atua, ao mesmo tempo em que contribui para o crescimento e a estabilidade da organização.

Redução de riscos e custos: O envolvimento em práticas responsáveis pode reduzir riscos relacionados a questões ambientais, sociais e de governança, além de minimizar custos operacionais, por exemplo, através da eficiência energética e da gestão sustentável de recursos.

Cumprimento de regulamentações e normas: A adoção de práticas de responsabilidade social pode ajudar a cooperativa a cumprir regulamentações governamentais e padrões internacionais, mitigando possíveis impactos legais e reputacionais.

Em resumo, a implementação de iniciativas de Responsabilidade Social Empresarial pode trazer uma série de benefícios tangíveis e intangíveis para a cooperativa, contribuindo para

sua sustentabilidade a longo prazo e seu papel como agente de desenvolvimento nas comunidades onde está inserida.

As limitações do estudo reconhecidas, discutindo quaisquer desafios metodológicos ou restrições que possam ter impactado os resultados são, possibilidade de viés de resposta, onde os entrevistados podem ter respondido de maneira tendenciosa, influenciados por sua posição na cooperativa ou por outros fatores pessoais. Dependência de auto relato: As respostas dos entrevistados foram baseadas em sua percepção e interpretação das práticas e ações da cooperativa, o que pode não refletir completamente a realidade. E, um contexto específico, as conclusões do estudo podem ser aplicáveis apenas ao contexto específico da cooperativa de crédito estudada, não sendo necessariamente generalizáveis para outras cooperativas ou setores. E por fim, as práticas e iniciativas de responsabilidade social podem evoluir ao longo do tempo, tornando os resultados do estudo válidos apenas para o período em que foram coletados os dados.

Finalmente, fica a sugestão para pesquisas futuras, baseadas no trabalho, como a ampliação do estudo para outras cooperativas de crédito, não estando no mesmo sistema, para compreender e estudar conclusões de estudo em outras empresas e obter uma análise mais ampla e completa de resultados. Bem como, apresentar uma análise de dados financeiros, examinando os dados financeiros da cooperativa, como investimentos em programas sociais, doações para instituições de caridade, financiamento de projetos comunitários, entre outros. Isso poderá fornecer uma visão quantitativa do compromisso financeiro da cooperativa com a responsabilidade social. E, desenvolver indicadores específicos para medir o desenvolvimento econômico, social e ambiental das comunidades atendidas pela cooperativa. Isso poderia incluir métricas como taxa de emprego, renda média, acesso a serviços financeiros, índices de educação e saúde, entre outros.

Conclui-se que, o estudo realizado proporcionou uma análise abrangente da relação entre Responsabilidade Social e o Sistema da Cooperativa de Crédito. Caracterizando que a Cooperativa de Crédito estudada, serve como instrumento de concretização de responsabilidade social, evidenciando que as práticas de responsabilidade social da cooperativa estão alinhadas aos princípios do cooperativismo, como solidariedade, responsabilidade, educação e sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

ACI. Aliança Cooperativa Internacional. *Website* da Aliança Cooperativa Internacional. Bruxelas, 2015. Disponível em: <http://ica.coop/>. Acesso em: 20 maio 2023.

AILOS – Sistema de Cooperativas. Você sabe quais são os princípios do cooperativismo? Conheça os 7 e veja os pilares desse modelo de negócio. *In: Blog Ailos*. Blumenau, 2022. Disponível em: <https://blog.aiilos.coop.br/cooperativismo/principios-do-cooperativismo/>. Acesso em: 15 maio 2023.

ALMEIDA, F. **Os desafios da sustentabilidade**: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

AMARANTE, M. C. C. J.; DERRETI; S. DAMIÃO E. Governança corporativa e responsabilidade social corporativa: Uma revisão sistemática dessa relação. *In: Revista de Ciências da Administração*, v. 17, n. 43, dez, 2015, pp. 123-140. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2015.

ASHLEY, P. A. A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. *In: Ashley, P. A. Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2005.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 26000**: Diretrizes de Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Panorama do sistema nacional de crédito cooperativo**, Brasília, 2017. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/microFinancas/co>. Acesso em: 15 maio 2023.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Resolução CMN nº 5.051, de 25 de novembro de 2022**: Dispõe sobre a organização e o funcionamento de cooperativas de crédito. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.normaslegais.com.br/legislacao/resolucao-cmn-5051-2022.htm>. Acesso em: 15 maio 2023.

BACK, L. S. **Responsabilidade social corporativa em empresas de pequeno e médio porte**: fatores que influenciam a adoção de iniciativas de sustentabilidade. – Porto Alegre: [s.n.], 2015.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROSO, M. F. Marketing social em cooperativas agrícolas. *In: INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. São Paulo: Editora Petrópolis, 2003.

BATISTA, E. C.; MATOS, L. A. L.; NASCIMENTO, A. B. A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *In: Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, v. 11, n. 3, p. 23-38, Blumenau, 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 15 maio 2023.

BRASIL. **Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964**: Dispõe sobre a Política e as Instituições Monetárias, Bancárias e Creditícias, Cria o Conselho Monetário Nacional e dá outras providências. Brasília, 1964. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4595.htm. Acesso em: 15 maio 2023.

BRASIL. **Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971**: Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Brasília, 1971. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm. Acesso em: 15 maio 2023.

CANÇADO, A. C., et al. Os princípios cooperativistas e a identidade do movimento cooperativo vista em xeque. Santa Maria: UFSM, 2015.

CASTRO, M. M. de. **Responsabilidade Social nas Organizações**: como a Via tem contribuído com o ideal de fortalecer as comunidades. Graduação em Administração. São Paulo: FGV, 2021. Disponível em: https://faculademetropolitana.edu.br/wp-content/uploads/2022/05/TCC_Marina_Mormetto_2S2021.pdf. Acesso em: 15 nov. 2022.

CENZI, N. L. **Cooperativismo**: desde as origens ao Projeto de Lei da Reforma do Sistema Cooperativo Brasileiro. Curitiba: Juruá, 2012.

CHAVES, C. J. A. et al. Possibilidades e Limites das Ações de Responsabilidade Social em Cooperativas. *In: Desenvolvimento em questão*. Ijuí: Editora Unijuí. 2015.

CHAVES, R.; MIRANDA, F. J. Cooperativismo e responsabilidade social: uma revisão bibliográfica. *In: Revista de Administração da UFSM*. Santa Maria: UFSM, 2019.

CLAYTON, H. Cooperativas e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. *In: Jornal de Desenvolvimento Internacional*. [s.l.]: [s.n.], 2007.

COUTINHO, J. K. F.; CARDOSO, J. G. Marketing e cooperativismo: uma revisão sistemática de literatura. *In: ReFAE – Revista da Faculdade de Administração e Economia*. [s.l.]: [s.n.], 2019.

CRESWELL, J.W. and Miller, D.L. (2000) **Determining Validity in Qualitative Inquiry**. *Theory into Practice*, 39, 124-130. http://dx.doi.org/10.1207/s15430421tip3903_2

CRESWELL, J. W. **Research Design**: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Thousand Oaks: Sage Publications, 2009.

CRESWELL, J. W.; PLANO CLARK, V. L. **Designing and conducting mixed methods research**. 2nd. Los Angeles: SAGE Publications, 2011.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks**: the triple bottom line of 21st century bussines. Oxford: Capstone, 1997.

FARINELLA, F.; VESCO, A. D.; FAVRETTO, J., Princípios, valores, deveres e direitos cooperativistas: a visão dos associados de uma cooperativa agropecuária. In: **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**. Santa Maria: UFSM. 2018.

FARINELLA, F.; VESCO, A. D.; FAVRETTO, J. Princípios, valores, deveres e direitos cooperativistas: a visão dos associados de uma cooperativa agropecuária. In: **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**. Santa Maria: UFSM, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/rgc/article/view/32328/>. Acesso em: 15 abr 2023.

FIGUEIREDO, N. T. C. de. **Cooperativas Sociais: Alternativa para Inserção**. Porto Alegre: Evangraf, 2009.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. São Paulo: Artmed, 2009.

FORTIN, M. (2009). **O Processo de Investigação: Da concepção à realização**. (5ª Ed.). (N. Salgueiro, Trad.). Loures: Lusociência – Edições Técnicas e Científicas.

FREEMAN, R. E.; EVAN, W. Corporate Governance: A stakeholder interpretation. In: **Journal Behavioral Economics**, 19(4), p. 337-359. [s.l.], 1994.

GAWLAK, A. **Cooperativismo: primeiras lições**. Brasília: SESCOOP, 2013.

GRAYSON, D.; HODGES, A. **Compromisso social e gestão empresarial**. Tradução Carlos Mendes Rosa et al. São Paulo: Publifolha, 2002.

INSTITUTO ETHOS, São Paulo: **Instituto Ethos**, 2003. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/sistemas/ifc/>. Acesso em: 10 set 2023.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: [s.n.]. 2008.

INSTITUTO ETHOS, São Paulo: **Instituto Ethos**, 2015. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/sistemas/ifc/>. Acesso em: 10 set 2023.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Pesquisa Ação Social das Empresas**. Brasília, 1999. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/asocial>. Acesso em: 15 fev 2023.

JACQUES, E. R. GONÇALVES, F. de O. Cooperativas de Crédito no Brasil: evolução e impacto sobre a renda dos municípios brasileiros. In: **Economia e Sociedade**, Campinas, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ecos/a/M8BYFxtzZBpg8Bj6qKvTB7C/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 ago 2023.

JESUS, M. Ética e responsabilidade social. In: **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**, n. 29. [s.l.], 2017.

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Petrópolis: Vozes, 2004.

LIMA, H. G. **Análise da relação entre as cooperativas e o mercado no contexto da solidariedade-socioeconômica**: fundamentos para a superação do limiar estacionário do cooperativismo simbólico no Brasil. Tese de Doutorado. Pontífica Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUCRS, 2019. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/16404/4/TES_HELDER_GONCALVES_LIMA_COMPLETO.pdf. Acesso em: 15 nov 2022.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MARROQUIM, F. L. M. **O cooperativismo como instrumento de concretização de direitos fundamentais sociais**. Universidade Federal de Alagoas. Maceió: UFAL, 2010. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/4327/1/O%20Cooperativismo%20como%20instrumento%20de%20concretiza%C3%A7%C3%A3o%20de%20direitos%20fundamentais%20sociais.pdf>. Acesso em: 15 nov 2022.

MELO NETO, F.P; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MEINEN, E.; PORT, M. **Cooperativismo financeiro**: percurso histórico, perspectivas e desafios. Brasília: Confebras, 2014.

MEINEN, E.; PORT, M. **Cooperativismo financeiro, percurso histórico, perspectivas e desafios**: De cooperativa de crédito a principal instituição financeira do associado. [s.l.]: 16 Tons, 2016.

MINAYO, M. C. de S.(Org). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

MINAYO, M. C. S. Técnicas de pesquisa: entrevista como técnica privilegiada de comunicação. *In: O desafio do conhecimento*: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

MORCELLI, A. T. **Responsabilidade social**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico: Rede e-Tec Brasil. Santa Maria, 2016.

MOZZATO, A. R. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. *In: Anais*. 26º Encontro da Anpad, 2010. Rio de Janeiro, 2010.

NIED, S.; FORGIARINI, D. L.; ALVES, C. N. O entendimento sobre cooperativismo pelos associados em uma cooperativa de crédito. *In: Revista de Gestão e Organizações Cooperativas*, Santa Maria: [s.n.], 2022.

OELRICH, A. **Motivadores da responsabilidade social empresarial**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Administração. Porto Alegre: PUCRS, 2009. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/1223/1/000417712-Texto%2bCompleto-0.pdf>. Acesso em: 15 fev 2023.

OLIVEIRA, B. M et al. EcoInovação que contribui para o crescimento de startups, o meio ambiente e a sociedade. *In: XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022*. [s.l.], 2023. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/6e01383fd96a17ae51cc3e15447e7533.pdf>. Acesso em: 15 fev 2023.

OLIVEIRA, V. et al. Responsabilidade ambiental e social corporativa. *In: Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT*. [s.l.], 2014. Disponível em: http://fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/QoNx4AktOtcFbmm_2014-4-16-14-25-30.pdf. Acesso em: 15 out 2022.

OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras. **Anuário do Cooperativismo**, 2015. Disponível em: ocb.org.br. Acesso em: 10 ago 2023.

_____. **Anuário do Cooperativismo**, 2018. Disponível em: ocb.org.br. Disponível em: ocb.org.br. Acesso em: 10 ago 2023.

_____. **Anuário do Cooperativismo**, 2023. Disponível em: ocb.org.br. Disponível em: ocb.org.br. Acesso em: 10 ago 2023.

PAIVA, B. G. M.; SANTOS, N. M. B. F. Um estudo do cooperativismo de crédito no Brasil. *In: Revista Eletrônica da Universidade Vale do Rio do Peixe*. v. 15, n. 2. Caçador: UNIARP, 2017. Disponível em: http://periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/4277/pdf_724. Acesso em: 15 maio 2023.

PEREIRA PAVÃO, Y. M et al. A influência dos stakeholders no ambiente estratégico de uma cooperativa de crédito: efeitos da munificência. *In: Revista de Ciências da Administração*, vol. 14, núm. 34. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2012, pp. 24-38.

PILETTI, D. et al. Os princípios do cooperativismo e o trabalho em equipe em cooperativas de Garibaldi-RS. *In: NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia*. [s.l.], 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350450620004>. Acesso em: 15 ago 2023.

PIRATELLI et al. Responsabilidade social interna em uma cooperativa. *In: Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC*. Santa Maria: UFSM, 2020.

CLARK, V. L.; I.; N. V. **Mixed Methods Research: A Guide to the Field**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2016.

PORT, M. **Cooperativismo financeiro: uma história com propósito**. (Coord. Telma Silva Galletti). Brasília: Cofebras, 2022.

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. Os 7 princípios do cooperativismo. *In: Portal do Cooperativismo Financeiro*. [s.l.], 2023. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo-2/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo/>. Acesso em: 15 ago 2023.

POYATOS, R. P.; GÁMEZ, M. DEL M. V. Importancia de las sociedades cooperativas como médio para contribuir al desarrollo económico, social y médio ambiental, de forma sostenible y responsable. *In: REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, v. 99, 2009.

PUTNAM, H. **O colapso da verdade e outros ensaios**. São Paulo: Ideias & Letras, 2008.

REIS, C. N. A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado? *In: Revista Econômica Contemporânea*. v. 11, n. 2, p. 279-305. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rec/a/rWpSZz36LrP58Pxc9ncmGVB/?format=pdf>. Acesso em: 15 fev 2023.

RIBEIRO, R. M. da C. **Responsabilidade Social Universitária e a formação cidadã**. Tese Doutorado. Faculdade de Educação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUCRS, 2013. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br>. Acesso em: 15 fev 2023.

ROCHA, Márcia Santos da. **A Autoeficácia Docente no Ensino Superior**. Tese de Doutorado. Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Campinas/UNICAMP, 2009.

ROCHA, J. **Cooperativismo: história, doutrina e prática**. São Paulo: Editora UNESP, 2013.

SALES, J. E. Cooperativismo: origens e evolução. *In: Revista Brasileira de Gestão e Engenharia*. [s.l.], 2010.

SANTOS, F. L. **Cooperativismo: teoria e prática**. [s.l.]: Atlas, 2017.

SAUSEN, J. da F. C. L. et al. (2019). Gestão humanizada aplicada aos princípios e práticas cooperativistas: estudo de caso em uma agência SICREDI. *In: DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate*. n. 9. Canoinhas, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5708/570864255030/570864255030.pdf>. Acesso em: 15 maio 2023.

SAUSEN, J. F. C. L.; BAGGIO, D. K.; ROVEDA, T. S.; BRIZOLLA, M. M. B. Humanized management and social responsibility in credit cooperatives: applications and contributions. Research, *In: Society and Development*, n. 9. p. 1-25. [s.l.], 2020.

SCHARDONG, A. **Cooperativa de crédito: instrumento de organização econômica da sociedade**. Porto Alegre: Rigel, 2003.

SCHNEIDER, J. O. **Identidade Cooperativa: sua história e doutrina**. Porto Alegre: SESCOOP/RS, 2019.

SCHNEIDER, J. O. A doutrina do cooperativismo: análise do alcance, do sentido e da atualidade dos seus valores, princípios e normas nos tempos atuais. *In: Bahia: Cadernos Gestão Social*, Vol. 3, Nº 2, pp. 251-273, Jul – Dez, 2012. [s.l.], 2012.

SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. *In: RAE eletrônica [online]*. v. 3, n. 1. [s.l.], 2004. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/raeel/a/VGV4ZWsn3H3PZnNhpHRWdGr/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 28 out 2022.

SEN, A.; KIKSBERG, B. **As pessoas em primeiro lugar**: a ética do desenvolvimento e os problemas do mundo globalizado. Tradução: Bernardo Ajzenberg, Carlos Eduardo Lins da Silva. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SERTEK, P. **Responsabilidade social é competência interpessoal**. Curitiba: Ibpex, 2006.

SICREDI UNIESTADOS. **História**. Erechim, 2023. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/coop/uniestados/sobre-cooperativa/>. Acesso em: 15 ago 2023.

SILVA, et al, 2020. Dos princípios à Responsabilidade social: um estudo sobre a percepção acerca da RES em uma cooperativa de crédito. *In: Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC*. Santa Maria: UFSM, 2020.

SILVA, E. E., et al. Roteiro bibliográfico do cooperativismo no Brasil: 1966 a 2009. *In: Outra Economia*, [s.l.]: [s.n.], 2014.

SOUZA, J. A.; COSTA, T. M. T. Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade. *In: Revista Organizações em Contexto*, v. 8, n. 15, p. 213-238. [s.l.], 2012.

SOUSA, M. J. de. **A RES de empresas como novo elemento na dinâmica democrática do Brasil**. Monografia (Especialização em Democracia Participativa, República e Movimentos Sociais). Universidade Federal de Minas Gerias. Brasília: UFMG, 2010.

TATIM, D. C. **Responsabilidade social empresarial**: representações sociais e ideologia. 2009. 160 f. Tese de Doutorado em Psicologia. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUCRS, 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VARGAS, R. V.; FERREIRA, J. M. Cooperativismo e sustentabilidade: uma revisão de literatura. *In: Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*. [s.l.], 2020.

VIANA, C. L.; R. VACCARO, G. L.; S. VENZKE, C. Sustentabilidade e os diferenciais Cooperativos: Um estudo em um Sistema Cooperativo de Crédito. *In: Revista De Gestão E Organizações Cooperativas*, 5(9), 163–180. [s.l.]: [s.n.], 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2359043230627>. Acesso em: 15 maio 2023.

WILKINSON, H., EID, D. Cooperativas, RSE e desenvolvimento sustentável: revisão de literatura e estudo exploratório. *In: Journal of Corporate Citizenship*, [s.l.], 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/1983465936725J>. Acesso em: 15 maio 2023.

YIN, R. K. **Case Study Research and Applications**: Design and Methods. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

YIN, R. K. **Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim** (Métodos de Pesquisa). Porto Alegre, RS: Editora Penso, 2016.

ZENONE, L. C. **Marketing Social**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

APÊNDICE A – Autorização da Empresa



AUTORIZAÇÃO

COOPERATIVA DE CREDITO, POUPANCA E INVESTIMENTO UNIAO DE ESTADOS RIO GRANDE DO SUL, SANTA CATARINA E MINAS GERAIS - SICREDI UNIESTADOS, regularmente inscrita no CNPJ 87.780.268/0001-71, sediada na Avenida Sete de Setembro, 689, Centro, Erechim/RS – CEP: 99700-238, vem por meio desta autorizar a realização do projeto "O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito" pela pesquisadora Kelin Pagliarini Daniel para o Programa de Pós-Graduação em Administração PPGAdm, da Universidade de Passo Fundo – UPF.

Erechim, 10 de outubro de 2023.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Morgana Zin", written over a horizontal line.

Morgana Pinotti Zin
Gerente de Desenvolvimento de Negócios
Sicredi UniEstados - Erechim/RS

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Leila Daiane Liotto", written over a horizontal line.

Leila Daiane Liotto
Coordenadora de Desenvolvimento de Negócios
Sicredi UniEstados - Erechim/RS



APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)



UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e
Contábeis
Programa de Pós-Graduação em Administração

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa sobre “O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito”, de responsabilidade da pesquisadora Kelin Pagliarini Daniel e de seu orientador Professor Dr. Luiz Fernando Fritz Filho. O objetivo da pesquisa é analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas de responsabilidade social em um Cooperativa de Crédito, situada no Município de Erechim/RS.

A sua participação na pesquisa será por meio de um encontro virtual ou presencial pré-agendados com a pesquisadora, com duração média de 30 minutos, que acontecerá de acordo com a disponibilidade de dia e horário dos(as) participantes, e consistirá em uma entrevista individual.

O estudo é considerado de risco mínimo, pois a pesquisa visa analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas de responsabilidade social, na visão de colaboradores de uma cooperativa de crédito. Entretanto você poderá se sentir confortável em pensar nas práticas relacionadas a responsabilidade social da organização ao expressar sua opinião, sendo assim, em qualquer sentimento de desconforto com a entrevista tem a garantia de que será uma entrevista anônima, sem envolvimento de sua opinião, somente a pesquisadora e seu orientador terão acesso as entrevistas.

Ao participar dessa pesquisa você estará apoiando a pesquisa, o olhar ao cooperativismo, incentivará a importância da responsabilidade social nas organizações, terá a oportunidade de refletir sobre a responsabilidade social do seu ambiente de trabalho, terá acesso final ao resultado da pesquisa e por meio dessa pesquisa, empresas poderão rever suas ações de responsabilidade social para melhorarem seus vieses com a sociedade em geral.

Você terá a garantia de receber esclarecimentos sobre qualquer dúvida relacionada a pesquisa e poderá ter acesso aos seus dados em qualquer etapa do estudo. Sua participação nessa pesquisa não é obrigatória e você pode desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento. Você não terá qualquer despesa para participar da presente pesquisa e não receberá pagamento pela sua participação no estudo. Caso ocorra eventual dano, comprovadamente decorrente da sua participação na pesquisa, você tem o direito de buscar indenização.

As suas informações serão acessadas e analisadas apenas pela pesquisadora e seu orientador acima mencionadas, sendo arquivadas até o findar da pesquisa e, posteriormente, destruídas. Sua colaboração se fará de forma anônima e os dados relacionados a alguns aspectos de identificação, como cargo de atuação, anos de profissão e outros, não serão individualmente expostos. Seu nome não será identificado, justamente a fim de manter os critérios éticos de sigilo e confidencialidade. Os resultados da pesquisa serão divulgados em meios científicos, mas você terá a garantia do sigilo e da confidencialidade dos dados.

Caso você tenha dúvidas sobre o comportamento da pesquisadora ou sobre as mudanças ocorridas na pesquisa que não constam no TCLE, e caso se considera prejudicado(a) na sua dignidade e autonomia, você pode entrar em contato com a pesquisadora Kelin Pagliarini Daniel

pelo e-mail 162431@upf.br ou telefone (54) 99197-4572, ou com seu orientador Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho pelo e-mail fritz@upf.br.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, coloque seu nome no local indicado abaixo.

Desde já, agradecemos a sua colaboração e solicito a sua assinatura de autorização neste termo, que será também assinado pela pesquisadora responsável de forma digital, ou se de forma física em 02 (duas vias), sendo que uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Passo Fundo, ____ de ____ de ____.

Nome do (a) participante: _____

Assinatura: _____

Nome do (a) pesquisador (a): Kelin Pagliarini Daniel

Assinatura: _____

APÊNDICE C – Percepção dos colaboradores acerca da responsabilidade social na cooperativa

Parte 1 – dados de identificação.

Idade: 25

Sexo: feminino

Estado civil: solteira

Nível de escolaridade:

Cargo atual: assessora de negócios

Tempo de cooperativa: 7 anos e meio

Parte 2 – visão geral sobre o tema.

P1 – O que o você compreende por responsabilidade social?

P2 – Você acha importante manter projetos de responsabilidade social dentro de uma cooperativa?

P3 – Você acredita que os princípios do cooperativismo possuem relação com a responsabilidade social de que forma?

Parte 3 – visão individual.

P1 – O quão relevante você considera atuar com responsabilidade social?

P2 – Você considera um diferencia trabalhar em uma empresa que atua com responsabilidade social?

P3 – Você considera que ações sociais são igualadas com ações de responsabilidade social?

Parte 4 – visão sobre a empresa.

P1 – De que forma você acredita que a Cooperativa atua com responsabilidade social?

P2 – Você conhece quais são as ações sociais realizadas pela cooperativa? Se sim, pode citar algumas?

P3 – Você considera que as ações sociais que a cooperativa realiza fazem parte de uma postura de responsabilidade social da empresa?

P4 – Qual são as ações de responsabilidade social que você consegue vislumbrar a cooperativa realizando?

P5 – Quais elementos você considera importantes para as dimensões econômicas, social e ambiental da cooperativa?

P6 – Quais práticas você identifica efetivas de responsabilidade social aplicadas a cooperativa?

P7 – Quais são os benefícios gerados para a cooperativa nas ações sociais realizadas na cooperativa?

P8 – Quais são os benefícios gerados para os colaboradores nas ações sociais realizadas na cooperativa?

P9 – Quais são os benefícios gerados para a sociedade/municípios e comunidades nas ações sociais realizadas na cooperativa?

P10 – Você considera que empresas que atuam com Responsabilidade Social se diferenciam de outras? Se sim, poderia explicar o motivo?

**APÊNDICE D – Percepção dos clientes/associados acerca dos processos de
Responsabilidade Social da cooperativa**

Questionário para Pesquisa de
Dissertação de Mestrado em
Administração PPGAdm - UPF por Kelin
Pagliarini Daniel

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Faculdade

de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis

Programa

de Pós-Graduação em Administração

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa da pesquisa acadêmica sob título "O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo de caso em uma Cooperativa de Crédito no município de Erechim/RS e associados (stakeholders)", de responsabilidade da pesquisadora Kelin Pagliarini Daniel e de seu orientador Professor Dr. Luiz Fernando Fritz Filho. O objetivo da pesquisa é analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas de responsabilidade social em um Cooperativa de Crédito, situada no Município de Erechim/RS.

A sua participação na pesquisa será por meio de respostas ao questionário a seguir, com duração média de 20 minutos, que deverá ser respondido até a data de 18/01/2024.

O estudo é considerado de risco mínimo, pois a pesquisa visa analisar os elementos inerentes aos princípios cooperativos que contribuem para as práticas de responsabilidade social, na visão de colaboradores de uma cooperativa de crédito e associados/stakeholders da Cooperativa. Entretanto você poderá se sentir confortável em pensar nas práticas relacionadas a responsabilidade social da organização ao expressar sua opinião, sendo assim, em qualquer sentimento de desconforto com o questionário tem a garantia de que será um questionário sem fornecimento ou divulgação de dados pessoais (anônimo), sem envolvimento de sua opinião, somente a pesquisadora e seu orientador terão acesso as respostas.

Ao participar dessa pesquisa você estará apoiando a pesquisa, o olhar ao cooperativismo, incentivará a importância da responsabilidade social nas organizações, terá a oportunidade de refletir sobre a responsabilidade social da cooperativa estudada, terá acesso final ao resultado da pesquisa e por meio dessa pesquisa, empresas poderão rever suas ações de responsabilidade social para melhorarem seus vieses com a sociedade em geral.

Você terá a garantia de receber esclarecimentos sobre qualquer dúvida relacionada a pesquisa e poderá ter acesso aos seus dados em qualquer etapa do estudo. Sua participação nessa pesquisa não é obrigatória e você pode desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento. Você não terá qualquer despesa para participar da presente pesquisa e não receberá pagamento pela sua participação no estudo. Caso ocorra eventual dano, comprovadamente decorrente da sua participação na pesquisa, você tem o direito de buscar indenização.

As suas informações serão acessadas e analisadas apenas pela pesquisadora e seu orientador acima mencionadas, sendo arquivadas até o fim da pesquisa e, posteriormente, destruídas. Sua colaboração se fará de forma anônima e os dados relacionados a alguns aspectos de identificação, como cargo de atuação, anos de profissão e outros, não serão individualmente expostos. Seu nome não será identificado, justamente a fim de manter os critérios éticos de sigilo e confidencialidade. Os resultados da pesquisa serão divulgados em meios científicos, mas você terá a garantia do sigilo e da confidencialidade dos dados.

Caso você tenha dúvidas sobre o comportamento da pesquisadora ou sobre as mudanças ocorridas na pesquisa que não constam no TCLE, e caso se considera prejudicado(a) na sua dignidade e autonomia, você pode entrar em contato com a pesquisadora Kelin Pagliarini Daniel pelo e-mail 162431@upf.br ou telefone (54) 99197-4572, ou com seu orientador Prof. Dr. Luiz Fernando Fritz Filho pelo e-mail fritz@upf.br.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, basta responder os questionamentos abaixo que estará caracterizando como um aceite e assinatura do termo de consentimento.

Desde já, agradecemos a sua colaboração e solicito a sua assinatura de autorização neste termo, que será

também assinado pela pesquisadora responsável de forma digital, ou se de forma física em 02 (duas vias), sendo que uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Passo Fundo, 11 de janeiro de
2024.

** Indica uma pergunta obrigatória*

1. Você concorda em participar da pesquisa? *

Marcar apenas uma oval.

SIM

2. Idade: *

3. Sexo: *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

4. Estado Civil: *

Marcar apenas uma oval.

Casado (a)

Solteiro (a)

Divorciado (a)

Viúvo (a)

Outro não mencionado acima.

5. Nível de escolaridade? *

6. Profissão?

7. 1- Há quantos anos é associado ou movimenta com a cooperativa? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 anos
- Acima de 2 anos
- 5 anos ou mais

8. 2 - O que você entende por responsabilidade social em empresas? *

9. 3- Você conhece alguma iniciativa de responsabilidade social atualmente em execução pela cooperativa? Se sim, detalhe abaixo: *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não sei responder

10. Detalhe as ações de iniciativa de responsabilidade social atualmente em execução pela cooperativa.

11. 4- Você considera que a cooperativa se diferencia de outras empresas em atividades sociais voltadas para a comunidade local?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não sei responder

12. 5- Em que medida você acredita que a cooperativa contribui para causas sociais? *

Marcar apenas uma oval.

- Muito
- Moderadamente
- Pouco
- Nada
- Não sei responder

13. 6- Na sua opinião, as ações de responsabilidade social impactam positivamente na reputação da cooperativa? *

Marcar apenas uma oval.

- Concordo plenamente
 Concordo
 Neutro
 Discordo
 Discordo plenamente

14. 7- Você pode citar alguma ação específica que acredita ter fins sociais realizada pela cooperativa? *

15. 8- Quais dos seguintes benefícios você identifica nas atividades de responsabilidade social da cooperativa? *

Marque todas que se aplicam.

- Melhoria na imagem da cooperativa
 Fortalecimento dos laços com a comunidade
 Aumento do engajamento com os associados
 Valorização da economia local
 Todos mencionados acima
 Nenhum
 Outro: _____

16. 9- Destaque os pontos positivos das ações sociais realizadas pela cooperativa: *

17. 10- Aponte pontos de melhoria para as ações sociais realizadas: *

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE E – Roteiro para observação participante

Local da entrevista/descrição:

Horário:

Comportamentos observados:

- **Expressões faciais e gestuais durante a entrevista.**
- **Se o entrevistado abriu a câmera sem ser solicitado.**
- **Se o entrevistado se negou a responder alguma pergunta.**
- **Se o entrevistado se atrapalhou ao responder alguma pergunta.**
- **Se o entrevistado se mostrou incomodado ao responder alguma pergunta.**