

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE MARACAJU  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**SILVANA INÊS BILIBIO**

**UMA ANÁLISE SOBRE AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE BANCOS COMERCIAIS E COOPERATIVAS DE CRÉDITO AVALIANDO O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS DA SICREDI EM MARACAJU-MS**

**MARACAJU – MS  
2015**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE MARACAJU  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**SILVANA INÊS BILIBIO**

**UMA ANÁLISE SOBRE AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE BANCOS COMERCIAIS E COOPERATIVAS DE CRÉDITO AVALIANDO O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS DA SICREDI EM MARACAJU-MS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS, como exigência do Curso de Administração sob orientação do Professor Dr. Miguel Ângelo Batista dos Santos.

**MARACAJU – MS**

**2015**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL**

**REITOR**

Prof. Dr. Fábio Edir dos Santos Costa

**PRÓ-REITOR DE ENSINO**

Prof. Dr. João Mianutti

**COORDENADOR DO CURSO**

Prof. Me. Alex Sandro Richter Von Mühlen

**ORIENTADOR**

Prof. Dr. Miguel Ângelo Batista dos Santos

A monografia intitulada “COOPERATIVAS DE CRÉDITO X BANCOS COMERCIAIS- Um Estudo de Caso na Sicredi em Maracaju- MS”,apresentada pela acadêmica Silvana Inês Bilibio, como exigência parcial para obtenção do grau Bacharel em Administração da UEMS Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade de Maracaju, obteve o conceito de \_\_\_\_\_.

Maracaju MS, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Miguel Ângelo Batista dos Santos  
(Orientador)

---

---

*Dedico este trabalho a meus pais que são a razão de meu existir, que são meus exemplos e de meus irmãos, guerreiros e sonhadores nos ensinaram a não desistir jamais e sempre acreditar que podemos mais.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por me conceder saúde, sabedoria e discernimento necessário para chegar até aqui, permitindo que tudo isso acontecesse, ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como universitária, mas que em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

A meus pais e minha família por acreditar na minha capacidade e me incentivar a chegar até aqui, este trabalho é para vocês.

A meu namorado Eduardo por tantas renúncias aceitas para que este trabalho pudesse existir, por entender, aguardar e me apoiar sempre.

A meus amigos que me apoiaram meus colegas que não me deixaram desistir.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior.

Ao meu orientador Prof. Dr. Miguel Ângelo Batista dos Santos, pelo empenho dedicado à elaboração deste trabalho.

A todos os os professores por me proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo de formação profissional, por tanto que se dedicaram a mim, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

*“Se uma grande pedra se atravessar no caminho e vinte pessoas querem passar, não conseguirão se um por um procurar removê-la individualmente. Mas se vinte pessoas se unem e fazem força ao mesmo tempo, sob a orientação de um deles, conseguirão, solidariamente, tirar a pedra e abrir caminho para todos”. Pe. Theodor Amstad*

## RESUMO

O presente trabalho teve como Objetivo Geral demonstrar o nível de satisfação dos associados de uma Cooperativa de Crédito, assim como, as principais características que a diferem de a um banco comercial. Para este levantamento do nível de satisfação foi desenvolvido um Estudo de Caso na Cooperativa de Crédito Sicredi em Maracaju, onde foram entrevistados associados que compareceram na unidade de forma aleatória. Os dados coletados foram tabulados e apresentados neste trabalho em forma de gráficos. Já para a diferenciação entre cooperativas de crédito e bancos comerciais foi realizada pesquisa bibliográfica onde foram apontados os principais pontos que os diferem. Temos como finalidade das Cooperativas a prestação de serviços aos seus cooperados, que são os proprietários da cooperativa. Elas são instituições financeiras, todavia, sem fins lucrativos, diferentemente dos bancos, os quais visam ao lucro por excelência. O trabalho traz o histórico do Cooperativismo no mundo e no Brasil, a finalidade das cooperativas, natureza jurídica, valores e princípios cooperativos. Do mesmo modo apresenta o conceito, origem, a natureza societária dos Bancos Comerciais e a relação entre esses e seus clientes. Só então, faz uma análise comparativa entre as Cooperativas de Crédito e os Bancos Comerciais, quanto a Constituição, a diferenciação de participação e tratamento dos clientes e associados, e o interesse pela comunidade. Com este levantamento de dados conseguiu se comprovar a hipótese que os associados da Cooperativa estão satisfeitos com os serviços prestados e que a Cooperativa de Crédito vem sendo uma boa escolha para a população em geral.

**Palavras-Chave: Nível de Satisfação, Cooperativa de Crédito, Bancos Comerciais, Cliente, Associado.**

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	<b>11</b>
<b>LISTA DE QUADROS</b> .....	<b>12</b>
<b>LISTA DE GRÁFICOS</b> .....	<b>13</b>
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1 Problema.....	15
1.2 Justificativa .....	15
1.3 Hipótese .....	16
1.4 Objetivos.....	17
1.4.1 Geral.....	17
1.4.2 Específicos.....	17
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Cooperativas de crédito .....	18
2.2 Origem .....	18
2.3 Finalidade .....	22
2.4 Natureza jurídica.....	23
2.5 Valores e princípios .....	25
2.6 O cooperativismo de crédito hoje.....	28
2.7 Bancos comerciais.....	32
2.7.1 Conceito.....	32
2.7.2 Origem .....	34
2.7.3 Natureza societária .....	36
2.7.4 A relação entre bancos e cliente.....	37
2.8 Comparação entre cooperativas de crédito e bancos comerciais.....	39
2.8.1 Quanto a constituição .....	39
2.8.2 A diferenciação entre clientes e associados .....	41
2.8.3 O interesse pela comunidade .....	43
2.9 Diferenças entre cooperativas de crédito e bancos comerciais .....	44
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>47</b>
3.1 Material e métodos .....	47
3.2 Cenário da pesquisa .....	49
3.3 Perfil da empresa.....	49
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>52</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>89</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>91</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura nº 1:</b> Estados com maior quantidade de pontos de atendimento de Cooperativas de Crédito .....	<b>29</b>
<b>Figura nº 2:</b> Estatísticas Mundiais .....	<b>29</b>
<b>Figura nº 3:</b> Países com maior expressão no cooperativismo financeiro .....	<b>30</b>
<b>Figura nº 4:</b> Estatísticas Financeiras do Cooperativismo de Crédito no Mundo.....	<b>31</b>
<b>Figura nº 5:</b> Estados Brasileiros com maior expressão do Cooperativismo de Crédito .....	<b>50</b>
<b>Figura Nº 6:</b> Organograma Cooperativa de Crédito .....	<b>51</b>

## LISTA DE QUADROS

**Quadro n º 1: Diferenças entre Cooperativas de Crédito e Bancos Comerciais..... 46**

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico nº 1</b>	Idade dos Entrevistados	52
<b>Gráfico nº 2</b>	Sexo dos Entrevistados	53
<b>Gráfico nº 3</b>	Renda dos Entrevistados	53
<b>Gráfico nº 4</b>	Conta em Outra Instituição	54
<b>Gráfico nº 5</b>	Conhecimento sobre Cooperativismo	54
<b>Gráfico nº 6</b>	Tempo de Associação	55
<b>Gráfico nº 7</b>	Localização	55
<b>Gráfico nº 8</b>	Estacionamento	56
<b>Gráfico nº 9</b>	Climatização	56
<b>Gráfico nº 10</b>	Iluminação.	57
<b>Gráfico nº 11</b>	Layout	57
<b>Gráfico nº 12</b>	Caixa Eletrônico	58
<b>Gráfico nº 13</b>	Internet	58
<b>Gráfico nº 14</b>	Caixa	59
<b>Gráfico nº 15</b>	Atendimento Telefônico	59
<b>Gráfico nº 16</b>	Qualificação dos Colaboradores	60
<b>Gráfico nº 17</b>	Número de Colaboradores	60
<b>Gráfico nº 18</b>	Cordialidade dos Colaboradores	61
<b>Gráfico nº 19</b>	Agilidade dos Colaboradores	61
<b>Gráfico nº 20</b>	Motivação dos Colaboradores	62
<b>Gráfico nº 21</b>	Avaliação das Taxas Praticadas	62
<b>Gráfico nº 22</b>	Condições de Pagamento	63
<b>Gráfico nº 23</b>	Comparação com as taxas do mercado	63
<b>Gráfico nº 24</b>	Avaliação do produto Cartão de Crédito	64
<b>Gráfico nº 25</b>	Avaliação do Produto Débito Automático	64
<b>Gráfico nº 26</b>	Avaliação do Produto Crédito em Geral	65

<b>Gráfico nº 27</b>	Avaliação do Produto Consórcio	65
<b>Gráfico nº 28</b>	Avaliação do Produto Previdência	66
<b>Gráfico nº 29</b>	Avaliação do Produto Seguro	66
<b>Gráfico nº 30</b>	Avaliação do Produto Poupança	67
<b>Gráfico nº 31</b>	Avaliação do Produto Investimento	68
<b>Gráfico nº 32</b>	Avaliação sobre a Variedade dos Produtos ofertados	68
<b>Gráfico nº 33</b>	Avaliação Geral em relação aos bancos	69
<b>Gráfico nº 34</b>	Importância da Sicredi para Maracaju	69
<b>Gráfico nº 35</b>	Indicação da Sicredi para abertura de novas contas	70
<b>Gráfico nº 36</b>	Diferencial da Cooperativa em relação aos Bancos	71

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos é notório que o Cooperativismo de Crédito vem assumindo um lugar de destaque no Sistema Financeiro Nacional, porém este tema ainda não é conhecido para uma grande amostra da população em geral. Isto nos leva a pesquisa sobre sua origem, características e diferenciais.

Vivemos em um mundo de mudanças e transformações rápidas, estas se refletem no nosso cotidiano e principalmente no mercado financeiro. Geralmente as mudanças no cenário econômico trazem para a sociedade algumas perdas como aumento de taxas de juros, limitações nas liberações de crédito, aumento dos preços em geral e de outros indicadores econômicos, que interferem, inclusive, nas finanças pessoais.

O Cooperativismo de Crédito traz para a sociedade uma forma de amenizar estas perdas e reorganizar-se dentro do mercado financeiro, pois busca atender as necessidades de seus cooperados de forma justa e não tendo o lucro como objetivo principal. O objetivo do Cooperativismo de Crédito é agregar renda para os associados, ou seja, através de cooperação, ajuda mútua, atender as necessidades financeiras e promover o desenvolvimento do associado.

Foi desenvolvido um estudo com o objetivo de verificar a satisfação dos usuários com relação aos serviços prestados por uma Cooperativa de Crédito, abordou-se em princípio o tema, Cooperativas de Crédito, seu conceito, origem, natureza jurídica, finalidade, valores e princípios. Comparativamente também sobre os bancos comerciais. Só então partimos para uma análise entre os dois no tópico seguinte.

Além do comparativo desenvolvemos neste trabalho uma pesquisa do nível de satisfação de associados de uma cooperativa de crédito, onde buscamos mostrar a importância do cooperativismo para a comunidade de Maracaju, sua aceitação e aprovação. Apresentamos uma análise e discussão dos pontos relevantes levantados na pesquisa, trazendo sugestões de melhorias a cooperativa de crédito em questão.

O ponto principal discutido no trabalho é a Satisfação, como os associados estão avaliando os serviços prestados pela Cooperativa de Crédito. Sabemos que a realidade do mercado evidencia a competitividade que as empresas estão inseridas.

Neste sentido, a satisfação do público-alvo ganhou maior importância no contexto da gestão, visto que possibilita a conquista e fidelização dos clientes.

A satisfação dos clientes é alcançada a partir de diversas ações que as empresas precisam executar, assim, oferecer produtos e serviços de qualidade, além de preços e prazos são alguns pontos que podem influenciar na satisfação.

### **1.1. Problema**

Qual o Nível de Satisfação do Associado Sicredi em Maracaju?

### **1.2. Justificativa**

O tema acima citado foi escolhido para que possamos conhecer e entender o que é uma Cooperativa de Crédito, suas especificidades e sua natureza. No Brasil, sociedades cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica própria, constituída para prestar serviços aos associados, cujo regime jurídico, atualmente, é instituído pela Lei 5764, de 16 de dezembro de 1971.

A sociedade Cooperativa é a intermediária entre os associados e o mercado financeiro, trabalhando para atender suas necessidades. Uma cooperativa de crédito não é um banco, pois os serviços prestados pois Por isso, muitas vezes é confundida com Banco, quando na verdade presta serviços bancários a seus associados.

Na atual conjuntura econômica o tema cooperativismo de crédito vem sendo levantado e discutido nas mídias e sociedade em geral. Devido a pouca informação que a população em geral ainda dispõe do tema identificamos como sendo de grande valia esta pesquisa.

Como mencionamos a maioria da população não sabe o que realmente uma cooperativa de crédito tem e pode oferecer aos seus associados, até mesmo os que são associados não tem total conhecimento sobre tal assunto.

Nossa intenção com este trabalho é trazer este tema para discussão e oferecer material para difundi-lo no meio econômico. O Cooperativismo é uma das maneiras mais eficaz de se agregar renda, mas para isso é preciso entendê-lo.

### **1.3. Hipótese**

Quando dados disponíveis do sistema financeiro nacional são analisados evidenciamos um crescimento nos últimos anos do Cooperativismo de Crédito no Brasil. No ano de 2014 o Sistema Financeiro Nacional cresceu em torno de 10%, conforme dados do site do Banco Central do Brasil, já o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo cresceu 21%.

Ainda analisando dados do Banco Central podemos dizer que num total de 1.154 cooperativas de crédito brasileiras finalizaram o ano de 2013 com crescimento superior a 100% em relação aos bancos tradicionais, mantendo a trajetória de crescimento verificada nos últimos 20 anos.

Esse crescimento se deve ao fato de as cooperativas conseguirem oferecer benefícios para o cooperado nos produtos e serviços que oferecem. Estes benefícios são taxas de juros menores que a do mercado em geral, produtos oferecidos nos bancos tradicionais como consórcio, seguros com preços menores, aplicações financeiras com ganho extra no rendimento.

Todavia dois grandes diferenciais têm atraído mais pessoas para o cooperativismo de crédito são eles: o atendimento personalizado e diferenciado em relação às demais Instituições Financeiras e o repasse das sobras do período diretamente para o associado.

Diante do exposto acima, o Cooperativismo de Crédito tende a ser a melhor opção financeira na atualidade para aqueles que querem continuar movimentando seus recursos, continuar investindo e conseguir agregar renda nestas operações.

Com este estudo buscamos comprovar esta tendência identificada e demonstrar que os associados encontram-se satisfeitos com sua Cooperativa de Crédito em Maracaju.

## **1.4 Objetivos**

### 1.4.1 Geral

O presente trabalho tem como Objetivo Geral verificar o nível de satisfação dos associados de uma Cooperativa de Crédito e, demonstrar ainda, a relação deste Nível de Satisfação com os diferenciais oferecidos pela Cooperativa quando comparada aos Bancos Comerciais.

### 1.4.2 Específicos

Tendo levantado um comparativo entre Cooperativa de Crédito e Banco Comercial, partimos para uma análise da Satisfação dos associados de uma Cooperativa de Crédito, para tanto são abordados diversos temas através de questionário aplicado aos associados. Com a análise das respostas buscamos:

- Identificar as principais características dos associados;
- Demonstrar os produtos e serviços existentes na Cooperativa de Crédito;
- Demonstrar a diferença em relação a um banco comercial.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Cooperativas de Crédito**

Para conceituarmos Cooperativa de Crédito podemos dizer que se trata de uma Associação de pessoas com objetivos em comum, sem fins lucrativos, buscando uma melhor utilização dos recursos através de ajuda mútua e assistência de crédito e demais serviços e produtos bancários prestados aos sócios de forma mais favorável do que quando fora de uma Cooperativa. Tem seu funcionamento autorizado e regulamentado pelo BACEN ( Banco Central do Brasil e ainda possuem Estatuto próprio para regulação.

### **2.2 Origem**

Após a Revolução Industrial, no século XIX os primeiros sinais de Cooperativismo começam a surgir em Rochdale na Inglaterra no ano de 1844 quando um grupo de tecelões se une para terem alimentos mais baratos comprando diretamente do produtor, eliminando assim a figura do intermediário. Assim, temos a primeira forma de cooperativa de que se tem conhecimento, que, mesmo não sendo uma cooperativa de crédito, foi o movimento que deu origem a toda forma de cooperativa conhecida hoje em dia. (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002).

Assim como os tecelões da Inglaterra, agricultores do município de Flammersfeld, na Alemanha, organizaram-se em cooperativa para atingirem um objetivo em comum, que era por fim a agiotagem que dominava a região naquela época, já que estavam cansados de ver suas terras hipotecadas e suas benfeitorias e animais pehorados.

Diante a essa situação e motivados a mudá-la, em 1848, liderados pelo servidor público e filho de agricultores o Sr. Friedrich Wilhelm Raiffeisen, com o apoio e ajuda do Pastor Müller, criaram uma associação de autoajuda, Associação de Amparo aos agricultores sem Recurso, também batizada de Caixa Rural. Dessa forma as cobranças abusivas por parte dos agiotas e comerciantes locais foram neutralizadas, e os agricultores tinham uma taxa de juros de acordo com sua capacidade de pagamento. (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002).

Em síntese com a criação da CAIXA RURAL os agricultores mais favorecidos conseguiam trazer benefícios para os com menor poder de compra, pois a ideia difundida foi a de não se obter ganhos abusivos. Deste modo, com a característica de autoajuda e do mutualismo, tais organizações surgem como uma forma alternativa ao sistema financeiro da época, a que hoje chamamos de Cooperativismo de Crédito.

Sobre o surgimento das cooperativas, salienta (PINHEIRO, 2007, p. 25) que:

As cooperativas fundadas por Raiffeisen, tipicamente rurais, tinham como principais características a responsabilidade ilimitada e solidária dos associados, a singularidade de votos dos sócios, independentemente do número de quotas-partes, a área de atuação restrita, a ausência de capital social e a não distribuição de sobras, excedentes ou dividendos. Ainda hoje este tipo de cooperativa é bastante popular na Alemanha.

Com o passar dos anos o sistema de crédito cooperativo foi se desenvolvendo cada vez mais e em 1856 surge a primeira cooperativa de crédito no meio urbano chamada Associação de Dinheiro Antecipado fundada por Herman Schulze na cidade de Delitzsch na Alemanha. Essas cooperativas ficaram conhecidas como sendo do tipo Schulze-delitzsch, atualmente conhecidas na Alemanha como sendo bancos populares. E a principal diferença dessas cooperativas para as do tipo Raiffeisen (primeira cooperativa de crédito) era o retorno das sobras proporcionalmente ao capital, e também por terem área de atuação não restrita e por remunerarem seus dirigentes. (PINHEIRO, 2007).

Já no ano de 1865, temos o surgimento de um novo modelo de cooperativa chamada de Luzzatti em referência a seu fundador Luigi Luzzatti. Esse modelo de cooperativa foi bastante difundido no Brasil nas décadas de 1940 a 1960, tendo como principal característica diferenciado-as das cooperativas do modelo Raiffeisen e Schulze-delitzsch a não obrigatoriedade de um vínculo para se associar, por exemplo, não era necessário ser um grupo de pessoas que trabalhavam no mesmo ramo.

A questão dos limites geográficos continuava a ser respeitada, como pessoas do mesmo bairro ou município, por exemplo, tendo apenas quotas de capital de pequeno valor, e a concessão de crédito permanecia sendo de pequenos valores e sem a exigência de garantias reais, seus dirigentes não eram remunerados, e a responsabilidade social era limitada ao valor do capital subscrito.

Seguindo com o histórico das cooperativas surge no ano de 1900, na província canadense de Quebec, o modelo de cooperativa conhecida como Cooperativa de Crédito Mútuo, englobando todos os modelos de cooperativas já existentes. Porém, com a exigência de algum vínculo para a associação, como por exemplo, serem membros de um clube, funcionários de uma mesma fábrica, servidores públicos, ou qualquer outro tipo de ligação entre os sócios. (PINHEIRO, 2007).

Agora vamos analisar o Cooperativismo no Brasil que tem o primeiro registro de uma Cooperativa no ano de 1889 em Minas Gerais, onde Funcionários Públicos de Ouro Preto se uniram para ter um fundo de amparo para socorrer as viúvas de associados ou mesmo sócios que caíssem em indigência por falta absoluta de trabalho. A função principal da cooperativa então era assistencial e não de crédito. (PINHEIRO, 2007).

Foi então em 28 de dezembro de 1902, que surge a primeira Cooperativa de Crédito Brasileira. Situada na localidade de Linha Imperial, município de Nova Petrópolis, Rio Grande do Sul, tendo como seu precursor o Padre jesuíta Theodor Amstad.

Aqui, tal qual na Europa, a presença das cooperativas de crédito tem a ver com a situação econômico-social adversa. Com efeito, influenciado pelas grandes dificuldades financeiras vividas pelos colonos da região, o Padre (jesuíta) suíço Theodor Amstad, inspirado no modelo Raiffeisen (associação restrita a produtores rurais), e sob os mesmos princípios, criou, em Linha Imperial, Nova Petrópolis/RS, a primeira cooperativa de crédito brasileira, batizada pelos cooperativados-

fundadores, de Caixa de Economia e Empréstimos Amstad (também designada Sparkasse Amstad, em homenagem ao seu incentivador). Essa cooperativa continua em pleno funcionamento até hoje (SI-CREDI PIONEIRA), estando entre as maiores do país. (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002, p. 13-14).

Em 1º de março de 1906, o Pe. Theodor Amstat lidera na cidade de Lajeado, Rio Grande do Sul, a constituição da primeira cooperativa de crédito do tipo Luzzatti, ou seja, aberta ao público, de livre associação denominada Spar Und Darlehnskasse – Caixa de Poupança e Empréstimos. (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002, p. 14).

Após esse período, o cooperativismo começa a ganhar força e se desenvolve por vários lugares do país, com o surgimento de diversas cooperativas. Mas em meados de 1965, por razão da reformulação da legislação bancária, foram proibidas as criações de cooperativas do tipo Luzzatti, de livre associação, legislação essa que privilegiava os Bancos Oficiais.

Esta realidade começa a mudar na década de 80, no Rio Grande do Sul. Liderado por Mario Kruehl Guimarães, o cooperativismo de crédito ressurgiu e ganhou força. (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002, p. 15). Surgem então, várias cooperativas no país. Posteriormente, em 1995, é criado o primeiro Banco Cooperativo privado do Brasil.

A partir de 1992, sob os efeitos benéficos da Resolução nº 1.914, do Conselho Monetário Nacional, além do forte desenvolvimento das cooperativas de crédito rural, as cooperativas de crédito urbano, compostas de múltiplos setores econômico-profissionais, efetivamente passaram a ostentar representatividade, cenário que, reforçado de novo avanço normativo, também permitiu que surgisse o primeiro banco cooperativo privado de nosso país (o Banco Cooperativo SI-CREDI S/A – BANSICREDI, constituído no dia 16 de outubro de 1995, em Porto Alegre/RS), triunfo histórico, uma espécie de marco na independência do cooperativismo de crédito nacional, [...] (MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES, 2002 p. 16).

Em 25 de junho de 2003 surge a Resolução nº 3.106 do Banco Central do Brasil, permitindo novamente a constituição de cooperativas de livre admissão de 15

associados, fortalecendo ainda mais o cooperativismo no país e voltando a permitir a constituição de cooperativas conhecidas como do tipo Luzzatti.

[...] voltando a permitir a constituição de cooperativas de livre admissão de associados em localidades com menos de 100 mil habitantes ou a transformação de cooperativas existentes em cooperativas de livre admissão de associados em localidades com menos de 750 mil habitantes, sendo obrigatória para essas cooperativas a adesão a fundo garantidor de crédito [...] (PINHEIRO, 2007, p. 46).

Enfim, com o desenvolvimento do cooperativismo no Brasil e a criação dos Bancos Cooperativos, dando autonomia as cooperativas estas são facilmente comparadas a bancos comerciais, pois oferecem a seus associados os mesmos produtos e serviços que um banco comercial e ainda com o diferencial de uma cooperativa.

### **2.3 Finalidade**

A grande finalidade de uma cooperativa de crédito é ofertar crédito a seu associado com taxas de juros menores do que as cobradas no sistema financeiro convencional, trazendo benefícios a pessoas que normalmente não teriam acesso a crédito ou teriam com taxas maiores em outras instituições financeiras.

Nesse sentido é o entendimento de Wilson Alves Polonio (2004, p.70):

[...] tem a finalidade de proporcionar a seus associados créditos em moeda por meio da mutualidade e da economia, mediante uma taxa módica de juros, auxiliando, de modo particular, o pequeno trabalhador em qualquer ordem de atividade na qual ele se manifeste, seja agrícola, industrial, comercial ou profissional e, acessoriamente, po-

dendo fazer, com pessoas estranhas à sociedade, operações de crédito passivo e outros serviços conexos ou auxiliares de crédito.

Também sobre o assunto, comenta Walmor Franke (apud SCHARDONG, 2002, p. 83):

[...] é essencial no conceito de cooperativa, que esta promova a defesa e a melhoria da situação econômica dos cooperados, quer obtendo para eles os mais baixos custos nos bens e serviços que necessitam, quer colocando, no mercado, a preços justos, os bens e serviços que produzem.

Schardong (2002, p. 84) estabelece que:

A Cooperativa de Crédito, enquanto espécie do gênero “cooperativa”, objetiva promover a captação de recursos financeiros para financiar as atividades econômicas dos cooperados, a administração das suas poupanças e a prestação dos serviços de natureza bancária por eles demandada.

Analisando as citações acima podemos entender que a finalidade das cooperativas é de prestar suporte financeiro a seus associados, oferecendo-lhes produtos e serviços com benefícios, fortalecendo assim a economia individual de cada associado e a da comunidade como um todo.

## **2.4 Natureza Jurídica**

As cooperativas, incluído cooperativas de crédito, tem sua natureza jurídica diversa das demais sociedades, pois conforme dispõe a Lei nº 5.764/71, em seu art. 4º, possui as seguintes características:

Art. 4º As cooperativas 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 Assembleia Geral baseado no número de associados e não no capital;

VII. retorno das sobras do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembleia 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 prevista nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

XI. área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços.

Para que uma cooperativa seja reconhecida como tal deve obrigatoriamente atender os requisitos citados acima.

O art. 5º, inciso XVIII, da Constituição Federal de 1988, preceitua: “a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento”. Podemos ver dessa

forma que há uma estrutura jurídica própria que regulamenta a criação das cooperativas, dando liberdade para que sejam constituídas independente de autorização e sem sofrerem interferência do estado em seu funcionamento.

## 2.5 Valores e Princípios

Além de sua natureza jurídica um ponto essencial e marcante nas cooperativas que as distinguem de outras instituições financeiras são seus os princípios que as norteiam. Vamos especificar abaixo os sete princípios que uma cooperativa deve seguir, são eles:

- ✓ **Princípio de adesão livre e voluntária**, que determina que qualquer pessoa pode ingressar de forma livre e voluntária em uma cooperativa, conforme prevê o art. 29 da Lei nº 5.764/71 e art. 5º, inciso XX, da Constituição Federal.

Art. 29. O ingresso nas cooperativas é livre a todos que desejarem utilizar os serviços prestados pela sociedade, desde que adiram aos propósitos sociais e preencham as condições estabelecidas no estatuto[...].

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...]

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

- ✓ **Princípio da gestão democrática**, segundo o qual a cooperativa deve ser administrada de forma democrática, com direito a participação de todos os cooperados, por meio de representantes eleitos para representá-los através da Assembleia Geral, reunião essa onde serão tomadas as mais importantes decisões da cooperativa, da forma mais democrática possível, onde cada as-

sociado tem direito a um voto, independentemente de sua quota parte. O associado já está habilitado ao voto no mesmo momento que ingressa na cooperativa.

- ✓ **Princípio da participação econômica**, por meio do qual todos os associados tem participação econômica na cooperativa, participando da constituição financeira da mesma, através da integralização e subscrição de sua quota parte e, dessa forma, também usufruem dos resultados obtidos pela instituição no final de cada exercício. Vale ressaltar, que a Lei nº 5.764/71, em seu art. 28, assegura a criação de um fundo de reserva para a reparação de perdas e atender o desenvolvimento de atividades da entidade.

Art. 28. As cooperativas são obrigadas a constituir: I - Fundo de Reserva destinado a reparar perdas e atender ao desenvolvimento de suas atividades, constituído em 10% (dez por cento), pelo menos, das sobras líquidas do exercício; II - Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social, destinado a prestação de assistência aos associados, seus familiares e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa, constituído de 5 % (cinco por cento), pelo menos, das sobras líquidas apuradas no exercício.

- ✓ **Princípio da autonomia e independência**, pelo qual a cooperativa não pode ficar subordinada a instituições ou entidades que não sejam seus sócios. Pode firmar convênios e acordos que melhoram a sua forma de trabalho e, conseqüentemente, o atendimento aos associados. Porém, em momento algum, pode ocorrer o desrespeito a autonomia e ao controle democrático da entidade por parte dos sócios.

Apesar da Constituição Federal estabelecer em seu art. 5º, inciso XVIII, que a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas, independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento. Tal regra não se aplica a cooperativas de crédito, pois essas estão equiparadas perante a lei às demais instituições financeiras, que dependem de autorização e regulamentação para o funcionamento por parte do Banco Central, estando sujeitas a fiscalização por parte do mesmo e pelas Cooperativas Centrais.

- ✓ **Princípio da educação, formação e informação**, estabelece a necessidade de todos que ingressarem em uma cooperativa, entender sua doutrina e a forma do funcionamento da entidade da qual passam a fazer parte. Esse princípio é de suma importância, pois o cooperativismo de crédito possui doutrina e princípios próprios que não devem ser confundidos com as demais associações.
- ✓ **Princípio da intercooperação**, instituído a partir de 1996, na Aliança Cooperativa Internacional, no congresso de Viena, prevê que a união e a cooperação não seja apenas entre cooperados, mas também entre cooperativas, através de estruturas locais, regionais, nacionais e até internacionais.
- ✓ **Princípio do interesse pela comunidade**, em face do qual o principal objetivo de uma cooperativa é a melhoria de vida de quem na cooperativa ingressa. Não se admite uma cooperativa voltada ao mercado com única e exclusiva finalidade de obtenção de lucro, pois foi com foco no desenvolvimento da comunidade e das pessoas que a formam que surgiu o cooperativismo.

Fica explícito nestes princípios citados que mesmo tendo as mesmas funções das demais instituições financeiras, prestando os mesmos serviços e ofertando os mesmos produtos, as cooperativas têm em sua essência princípios e valores que as tornam diferenciadas em grande escala das demais instituições financeiras.

Nesse sentido, refere POLONIO (2004, p. 40)

A sociedade cooperativa, como uma sociedade muito peculiar, embora possa ter como objeto social a atividade de mercancia e, portanto, de natureza genuinamente comercial, é constituída para prestar serviços aos associados, conforme dispõe sua legislação de regência (art. 4º, da lei nº 5.764/71). Assim tendo em vista essa dupla personalidade, cumpriu ao legislador tomar uma posição sobre sua natureza e o fez definindo-a expressamente como de natureza civil. Foi bem ao tomar essa decisão, já que a atividade de prestação de serviços aos associados é a atividade que vivifica a cooperativa. É essa atividade que lhe dá característica peculiar e difere dos demais tipos societários [...]

São esses os princípios que direcionam o caminho das cooperativas de crédito, da mesma forma, como todas as sociedades cooperativas possuem os princípios

que as norteiam, traçando seus ideais, que serão seguidos para que seja possível alcançar seus objetivos, os quais os associados uniram seus esforços para que fosse possível alcançar.

## **2.6 O Cooperativismo de Crédito Hoje**

Após analisarmos como as Cooperativas de Crédito surgiram, porque surgiram, como vem se mantendo, de que forma trabalham, seus valores e princípios, trataremos agora um apanhado de como está o Cooperativismo de Crédito hoje no Brasil e no Mundo dando enfoque ao Sistema Sicredi.

Conforme informações repassadas pelo Conselho Mundial das Cooperativas de Crédito- WOCCU em 2013 havia no mundo 56.904 cooperativas de crédito em 103 países totalizando cerca de 210 milhões de associados, em torno de 8% da população economicamente ativa era associada a uma Cooperativa de Crédito neste período.

Segundo o presidente da Organização das Cooperativas Brasileiras- OCB, senhor Márcio Lopes de Freitas, as cooperativas de crédito ao redor do mundo possuem mais de 217 milhões de associados, estão presentes em 106 países, distribuídos nos seis continentes e em 57 mil cooperativas.

Ainda Márcio comenta que no Brasil, mais de 7,5 milhões de pessoas escolhem cooperativas de crédito como sua instituição financeira, e atualmente, o cooperativismo de crédito brasileiro responde por 2,9% do Sistema Financeiro Nacional (SFN), mas vale ressaltar que, em algumas praças, essa participação já chega aos 10%. Em mais de 500 cidades brasileiras, a única instituição financeira é uma cooperativa. E a perspectiva é de um crescimento constante, principalmente no total de associados, conforme comportamento registrado nos últimos seis anos e refletido em indicadores divulgados oficialmente pelo Banco Central do Brasil.

A figura abaixo nos mostra os Estados Brasileiros com maior quantidade de pontos de atendimento de Cooperativas de Crédito e quais são elas com base no ano de 2011.

Nela podemos notar que o Estado de Minas Gerais é o que possui maior número de Cooperativas de Crédito, não por coincidência, como citamos na origem das Cooperativas no Brasil foi em Minas Gerais, na cidade de Ouro Preto, o primeiro registro de união de pessoas em busca de um objetivo comum no ano de 1889, quando um grupo de funcionários públicos se reuniu para criar um Fundo de Amparo as viúvas.

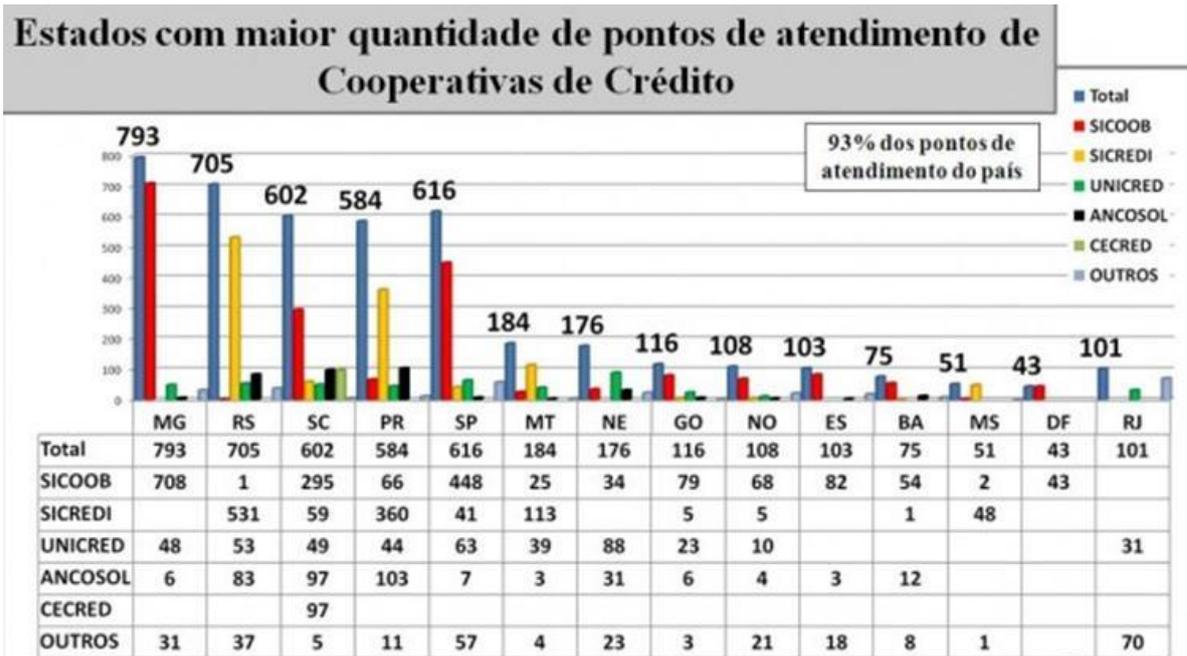


Figura nº 1: Estados com maior quantidade de pontos de atendimento de Cooperativas de Crédito  
Fonte: Cooperativismodecredito.coop.br

É importante também analisarmos como está o Cooperativismo de Crédito no Mundo, segundo dados do Conselho Mundial de Cooperativas de Crédito os números vem aumentando nos últimos anos conforme dados estatístico abaixo, nos últimos 5 anos as Cooperativas de Crédito aumentou sua abrangência em mais 5 países, o número de pontos de atendimento e o número de associados.

Ano	Países	Nº de Coop.	Associados
2014	105	57,480	217.373,324
2013	103	56,904	207.935,920
2012	101	55,952	200.243,841
2011	100	51,013	196.498,738
2010	100	52,945	187.986,967

Figura nº 2: Estatísticas Mundiais

Fonte: [www.woccu.org](http://www.woccu.org) Relatório Estatístico, Conselho Mundial de Cooperativas de Crédito

Já a figura abaixo nos mostra quais são os países no mundo onde há maior expressão das Cooperativas de Crédito atualmente, a França lidera este ranking e o Brasil está em 16º colocado, fica visível que temos muito que trabalhar este tema e difundir o Cooperativismo no Brasil para melhorarmos nossos resultados.

Ranking	País	Instituições Cooperativas	Pontos de Atendimento	Associados	Clientes	Ativos	(US\$) Empréstimos	(US\$) Base
1º	França	4.677	23.120	23,7 milhões	93 milhões	4,33 trilhões	2,10 trilhões	2013
2º	China	2.074		200 milhões		1,48 trilhão	230 bilhões	2012
3º	Japão	1.127	17.433	17,8 milhões	47 milhões	1,33 trilhão	327 bilhões	2013
4º	EUA	6.680	21.429	97,5 milhões		1,07 trilhão	655 bilhões	2013
5º	Alemanha	1.078	13.056	17,7 milhões	30 milhões	1,05 trilhão	635 bilhões	2013
6º	Itália	457	13.710	2,5 milhões	18,3 milhões	898 bilhões	802 bilhões	2013
7º	Holanda	129	722	1,9 milhão	7,5 milhões	517 bilhões	416 bilhões	2013
8º	Canadá	702	2.638	11,3 milhões		373 bilhões	278 bilhões	2013
9º	Áustria	544	2.183	2,4 milhões	4,5 milhões	265 bilhões	168 bilhões	2013
10º	Dinamarca	1	1.483	291 mil	1,1 milhão	254 bilhões	217 bilhões	2012
11º	Suíça	316	1.032	1,8 milhão	3,7 milhões	198 bilhões	170 bilhões	2013
12º	Espanha	65	4.651	2,8 milhões	11 milhões	185 bilhões	120 bilhões	2013
13º	Finlândia	197	519	1,4 milhão	4,2 milhões	132 bilhões	86 bilhões	2012
14º	Inglaterra		340	2 milhões	4,7 milhões	81 bilhões	54 bilhões	2012
15º	Austrália	101		4,5 milhões		77 bilhões	60 bilhões	2013
16º	Brasil	1.154	4.959	7 milhões		70 bilhões	32 bilhões	2013
17º	Índia	1.606		20 milhões		62 bilhões	33 bilhões	2013
18º	Coréia	942	1.762	5,8 milhões		54 bilhões	33 bilhões	2013
19º	Tailândia	2.232	13.089	3,9 milhão	14,6 milhões	53 bilhões	44 bilhões	2013
20º	Polônia	55	4.193	1 milhão	10 milhões	37 bilhões		2012
	Total	24.654	127.319	425 milhões	250 milhões	12,5 trilhões	6,5 trilhões	

Figura nº 3 : Países com maior expressão no cooperativismo financeiro

Fonte:cooperativismodecredito.coop.br

Mas o que todos queremos saber é se os números financeiros também aumentam, e o quadro abaixo nos diz que sim, em cinco anos os valores em depósitos em Poupança aumentaram os valores emprestados aos associados aumentaram, os valores que ficam como reserva legal e também os ativos das cooperativas cresceram, o que nos mostra que o sistema de cooperativismo de crédito dá resultado, e que é uma forma econômica que vem se sustentando e se desenvolvendo cada vez mais.

Ano	Poupança (USD)	Empréstimos (USD)	Reservas (USD)	Ativos (USD)
2014	\$ 1.470.863.017.622	\$ 1.202.039.908.250	\$ 181.447.651.073	\$ 1.792.935.093.480
2013	\$ 1.433.306.753.702	\$ 1.135.173.182.582	\$ 171.626.687.474	\$ 1.732.945.830.628
2012	\$ 1.293.256.192.197	\$ 1.083.818.986.318	\$ 161.810.294.796	\$ 1.693.949.441.327
2011	\$ 1.221.635.067.920	\$ 1.016.243.687.593	\$ 141.314.921.922	\$ 1.563.529.230.923
2010	\$ 1.229.389.373.992	\$ 960.089.324.653	\$ 131.659.476.972	\$ 1.459.605.561.772

Figura nº 4 Estatísticas Financeiras do Cooperativismo de Crédito no Mundo

Fonte: [www.woccu.org](http://www.woccu.org) Relatório Estatístico, Conselho Mundial de Cooperativas de Crédito.

Como vimos através dos dados citados acima o Cooperativismo de Crédito está sendo difundido em todo mundo e em potencial crescimento. O Sistema Sicredi da mesma forma vem aumentando sua área de abrangência e atuação, com abertura de novas unidades de atendimento em todo o Brasil.

Atualmente ele está presente em 11 estados brasileiros, dados até agosto de 2015, com 96 cooperativas no sistema, 1365 unidade de atendimento e 4 centrais estaduais. Porém a partir do ano de 2016 o Sicredi estará presente nos 24 estados brasileiros, pois acaba de incorporar a UNICRED Norte/Nordeste, conta ainda com 18 mil colaboradores e 3 milhões de associados atualmente

Analisando os dados vimos que o cooperativismo de crédito vem crescendo, e precisamos parar para analisar a qualidade dos serviços prestados. É preciso que a qualidade no atendimento e o nível de satisfação dos associados não diminua em decorrência do crescimento da Organização.

Neste trabalho, especificamente, analisamos o nível de Satisfação do associado dentro da cooperativa de crédito SICREDI em Maracaju, para isto precisamos entender primeiramente o que é satisfação.

Segundo Kotler (1998, p. 53) satisfação é: "[...] o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa".

Sobre a satisfação dos consumidores é interessante avaliar que esta:

[...] depende do desempenho do produto percebido com relação ao valor relativo às expectativas do comprador. Se o desempenho faz jus às expectativas, o comprador fica satisfeito. Se excede as expectativas, ele fica encantado. As companhias voltadas para marketing desviam-se do seu caminho para manter seus clientes satisfeitos.

Clientes satisfeitos repetem suas compras e falam aos outros sobre suas boas experiências com o produto. A chave é equilibrar as expectativas do cliente com o desempenho da empresa. As empresas inteligentes têm como meta encantar os clientes, prometendo somente o que podem oferecer e depois oferecendo mais do que prometeram (KOTLER; ARMSTRONG, 1999, p. 6).

É preciso que as empresas compreendam que o cliente insatisfeito espalha informações negativas, e dessa maneira a imagem da organização é prejudicada, por isso, a satisfação dos clientes é um importante instrumento de marketing, que pode ser usado pelos administradores como forma de tornar mais competitiva a empresa no mercado.

A satisfação aliada ao bom atendimento é o aspecto que faz o cliente retornar, por isso, a satisfação do cliente tem que ser o motivo maior, pois estes quando satisfeitos são mais do que simples consumidores ou clientes, mas, parceiros comerciais e advogados que defendem a empresa e fazem propaganda para amigos e familiares (KOTLER, 1998).

A sobrevivência de uma Organização no mercado global hoje está diretamente ligada a capacidade que a mesma tem em tornar seus clientes satisfeitos. É preciso entender que um cliente satisfeito é fiel e sempre volta, independente da situação. Para adquirir esta confiança dos clientes a Organização precisa estar disposta a mudar continuamente acompanhando as necessidades do mercado.

## **2.7 Bancos Comerciais**

### **2.7.1 Conceito**

Abordaremos agora o tema Bancos Comerciais, trazendo o conceito, origem e especificidades. Começamos dizendo que bancos comerciais são instituições financeiras públicas ou privadas, prestadoras de serviços, que agem como intermediários financeiros, pois sua função basicamente consiste em captar recursos e recolocá-los

novamente no mercado, ou seja, aceitando depósitos por meios de cheques, moeda corrente, outros meios de pagamento e conceder empréstimos sendo esse o fluxo de sua intermediação.

Nesse sentido, o conceito de banco apresentado por Nelson Abrão (2009, p. 4 - 23):

Banco é em espécie do gênero instituição financeira, sendo esta, por definição legal, a pessoa jurídica pública ou privada que tenha “como atividade principal ou acessória a coleta intermediação ou aplicação de recursos financeiros próprios ou de terceiro, em moeda nacional ou estrangeira, e custódia de valor de propriedade de terceiros” (lei n. 4.595 de 31-12-1964, art. 17). Banco é: a) uma organização empresária; b) que se utiliza de recursos monetários próprios, ou de terceiros; c) na atividade creditícia (toma e dá emprestado).

Outro conceito que nos auxilia a compreender a definição de banco é o mencionado por Schardong (2002, p. 50):

Bancos são instituições financeiras como objetivo precípua de propiciar o suprimento oportuno e adequado de recursos para financiar as necessidades de curto e médio prazos ao comércio, à indústria, às empresas prestadoras de serviços e às pessoas físicas. Apud Barreto (1975, p.24) são intermediários financeiros que recebem recursos dos investidores poupadores e os empresta, através do crédito seletivo, aos que necessitam de financiamento.

As transações financeiras dentro do banco funcionam basicamente da seguinte forma: Clientes superavitários deixam seu capital aplicado no banco que são remunerados com juros (aplicações financeiras), o banco por sua vez empresta esses valores a clientes deficitários (crédito em geral), que por sua vez pagam juros pelo empréstimo. É nessa transação, que temos o spread bancário, ou seja, essa diferença que se tornará o lucro da instituição. Assim, podemos definir melhor um banco como uma instituição financeira que intermedia transações e gera um ganho com esse intermédio.

## 2.7.2 Origem

Com a criação das primeiras formas de moeda corrente surgem os primeiros bancos que se tem relatos. As primeiras moedas a surgirem foram os metais, tendo o ouro e a prata como principais utilizados em negociações e transações comerciais. Mas portar estas moedas trazia riscos aos indivíduos pois não possuíam lugares apropriados e seguros para guardar este materiais, surgem assim os banqueiros, oferecendo-se para cuidar destes recursos.

No começo, os banqueiros cobravam por tal serviço, pois possuíam a responsabilidade de zelar pelo que lhes era confiado. No entanto, com o passar do tempo, foi possível observar que boa parte dos depósitos permaneciam guardados, sem que houvesse movimentações ou resgates. Eis que então, surge a ideia de emprestar esses valores que estavam ociosos e com isso ter ganho sobre os valores emprestados.

Notavelmente, esse se tornou um negócio lucrativo, sendo fácil perceber que poderiam tem um ganho maior emprestando esses valores, do que simplesmente guardando eles. Foi nesse momento que surgiu a ideia de remunerar os depósitos que os banqueiros recebiam, e não mais cobrar para guardar os valores. (SCHARDONG, p. 49 - 50).

Pode observar-se uma evolução no surgimento dos bancos através das feiras que ocorriam nas cidades da Itália, onde surgem os “*cambiatores*, que praticavam a troca manual de moedas.” Abrão (2009, p. 15). Foi através dessas negociações que surgiram as primeiras operações de crédito.

A primeira sociedade anônima que se tem relatos surgiu na cidade de Gênova, em 1408, chamada de “Casas di San Giorgio”. Devido as expedições marítimas, intensificação do comércio, descoberta de novas fontes de metais preciosos e a necessidade de crédito, no período da idade média, é que se intensifica a função dos bancos, chegando no conceito hoje conhecido por nós, de captação de recursos e empréstimos a terceiros, e foi nesse formato que se multiplicaram os bancos pela Europa.

Como menciona ABRÃO (2009, p. 16):

A descoberta de novas terras pelas expedições marítimas, e com ela a intensificação do tráfico mercantil, a multiplicação de feiras, a abundância de metais preciosos e o aumento do apelo dos Estados ao crédito, fizeram com que se alterasse a função dos bancos, passando de mera “cobrança, pagamento e câmbio para intermediária de crédito, chegando assim ao banco moderno, cuja função essencial é de tomar à crédito dos depositantes os fundos monetários por esses poupadores para distribuí-los a crédito a seus clientes”. Multiplicou-se o número de bancos pela Itália, França e Alemanha.

Ainda sobre a evolução dos bancos Abrão nos diz que:

Outro fato que ajudou na evolução dos bancos foi à revolução industrial, pois nesse momento, intensifica-se também o capitalismo liberal, “fazendo com que os bancos atingissem a era de seu pleno desenvolvimento no século XIX”, onde dessa forma, surgiram os grandes banqueiros que se desenvolveram a níveis internacionais (ABRÃO, 2009, p. 16).

Temos bem visível essa relação do surgimento dos bancos com as indústrias, como é citada por Schardong (2002, p. 49):

Muitos desses primeiros bancos surgiram em torno dos núcleos de manufatura. Certo número de companhias com atividades afins podiam reunir-se para fundar um banco e depois contar com ele para lastrear suas atividades subsequentes. A maior parte dos bancos dos centros financeiro da América tem raízes desse tipo. Na Europa, onde a origem dos bancos é semelhante, isso ainda acontece: o Deutsche Bank, por exemplo, talvez seja o maior proprietário de indústrias da Alemanha.

No Brasil, o primeiro banco a surgir foi o banco do Banco do Brasil, fundado em 12 de outubro de 1808, na fase colonial. Foi constituído na cidade do Rio de Janeiro e teve autorizada entres outras movimentações, desconto de letras de câmbio, depósito geral de ouro, prata, diamante ou dinheiro, cobranças, entre outras. Observamos no Alvará - de 12 de Outubro de 1808, em seus art. I e art. VII, a seguinte informação:

Estatuto para o banco público estabelecido em virtude do alvará de 12 de outubro de 1808.

Art. I – Estabelecer-se-há um Banco nesta Cidade do Rio de Janeiro, debaixo da denominação de BANCO DO BRAZIL, cujos fundos serão formados por acções; e o Banco poderá principiar o seu novo gyro, logo que haja em caixa cem acções.

Art. VII – As operações do banco constituirão a saber:

1 – no desconto mercantil de letras de câmbio sacadas, ou aceitas por negociante de crédito nacionaes e estrangeiros.

[...]

3 – no depósito geral de toda e qualquer cousa de prata, ouro, diamantes ou dinheiro; recebendo, segundo o valor do depósito, ao tempo de entrega o competente premio.

No ano de 1851, por meio do Decreto nº 801, foi aprovado o estatuto do Banco do Brasil, sendo o segundo a operar efetivamente. Este segundo banco veio a fundir-se com o Banco Comercial em agosto de 1853, mantendo a denominação Banco do Brasil, sendo já o terceiro a seguir com essa denominação. Em dezembro de 1892, houve nova fusão, agora com o então Banco da República do Estados Unidos do Brasil, prevalecendo a nomenclatura deste último. Já em 1905, teve seu estatuto aprovado pela Lei nº 1.455, de 30 de dezembro, tomando a nova sociedade anônima o nome de Banco do Brasil, sendo assim, o quarto a utilizar o mesmo nome (Abrão, 2009).

Com o passar dos anos surge um significativo números de empresas bancárias no Brasil, expandindo os serviços bancários através da multiplicação de agências e a extensão da rede, que passou a não ser um privilégio de capitais e grandes cidades, mas também do interior do Brasil.

### 2.7.3 Natureza Societária

Os bancos comerciais são constituídos sob a forma de sociedades anônimas. Em se tratando de instituição privadas nacionais ou bancos com sede no estrangeiro, o controle é privado. Contudo, podem possuir controle público os bancos que te-

tenham capital predominantemente público, podendo ainda ser público federal ou público estadual.

Para obter autorização de funcionamento, os bancos comerciais devem obedecer ao disposto na resolução publicada pelo Banco Central e aprovada pelo Conselho Monetário Nacional, Resolução nº 2.099, de agosto de 1994, principalmente as condições referente a controladores e capital mínimo para constituição.

Os controladores que detêm o mando das ações da instituição podem ser tanto pessoas físicas quanto jurídicas, devendo publicar declaração de propósito, fazendo da forma que tornem pública a intenção de constituição da instituição e, com isso permitindo, em havendo oposição pela sociedade tal oposição possa ser proposta no período adequado, ou seja, no período de avaliação do Banco Central.

O capital mínimo para a constituição de um banco comercial, segundo a Resolução do BACEN nº 2.099/94 é de R\$ 17.500.000,00 (dezessete milhões e quinhentos mil reais), porém, esse valor atualizado para o ano de 2002 é de R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais). Deve ser integralizado 50% desse capital no protocolo do pedido de autorização no Banco Central, onde o valor recolhido ficará em uma conta especial em nome do novo banco, como reserva. O restante do valor do capital poderá ser subscrito nos doze meses subsequentes à homologação do processo de constituição.

Em se tratando de sociedades anônimas, os bancos comerciais atuam sobre a forma de sociedades de capital, devendo seguir as normas presentes na Lei nº 6.404/76, no que diz respeito à organização societária, exercícios de controle e demais aspectos administrativos. E quanto ao objeto, à responsabilidade dos sócios e outros aspectos operacionais, a instituição estará sujeita as normas que regulam o sistema financeiro nacional.

#### **2.7.4 A relação entre Bancos e Cliente**

Começamos a entender a relação entre bancos e clientes a partir do texto abaixo:

Antes de qualquer coisa, devemos lembrar de que os bancos são constituídos sob a forma de Sociedade Anônima, portanto, estão autorizados a oferecer a população em geral, pessoa física ou jurídica, produtos e serviços que tenham a oferecer. Os serviços podem ser de prestação de serviço, fornecimento de produtos próprios ou intermediados pela instituição, como por exemplo, a compra e venda de recursos financeiros, corretagem de seguros, consórcios, capitalizações, entre outros. Os bancos tem como objetivo a obtenção de lucro com tais negociações (Schardong, 2009 p. 62).

Através do texto citado acima, pode ser observado com mais clareza a relação Banco e Cliente, aonde o primeiro assume o papel de fornecedor do serviço e o segundo o de tomador do serviço. Através dessa relação o cliente remunera o estabelecimento bancário pelos serviços ou produtos que recebe, e o lucro destes negócios é direcionado aos acionistas do banco, que podem ser de um grupo de investidores, banqueiros ou até mesmo o governo quando se trata de um banco público. Nesta relação, o resultado obtido com as negociações da instituição acaba beneficiando um indivíduo ou um grupo, após a dedução de impostos e reserva para a manutenção das instituições.

Conforme pode ser visto nos relatórios apresentados pelo Banco do Brasil, quanto a seu lucro referente ao ano de 2014:

O Banco do Brasil registrou lucro líquido de R\$ 11,2 bilhões e retorno anualizado sobre o patrimônio líquido de 15,0% no ano de 2014. O lucro por ação foi de R\$ 4,04 no período. Os ativos somaram R\$ 1,4 trilhão, crescimento de 10,2% em doze meses, com retorno sobre ativos de 0,8%, permitindo ao BB encerrar o ano como líder do Sistema Financeiro Nacional (SFN). Destaque para sua atuação no crédito com 21,0% de participação de mercado. O patrimônio líquido alcançou R\$ 80,6 bilhões, incremento de 11,6% em doze meses.

A relação entre banco e cliente é uma relação de consumo, sendo assim, é amparada na Constituição Federal e no Código de Defesa do Consumidor, prezando pelos direitos e garantindo uma maior igualdade, já que a parte frágil nesta relação é o cliente.

Com um aumento significativo nos últimos anos no número de correntistas, pode-se observar uma preocupação por parte dos legisladores quanto aos serviços prestados, como pode ser observado na Resolução nº 4.196, do Banco Central,

pois, busca-se uma padronização para os serviços prestados aos clientes, buscando dessa forma uma maior igualdade nos serviços prestados pelos bancos e os valores pagos pelos clientes.

Outro ponto importante a ser destacado nessa relação entre bancos e clientes é a participação dos clientes nas decisões tomadas nos bancos, uma vez que, seu papel é somente de usuário/consumidor dos produtos e serviços, não tendo o direito de votar ou opinar no caminho a ser percorrido pela instituição, pois tal decisão cabe tão somente à diretoria e acionistas de cada banco.

## **2.8 Comparação entre Cooperativas de Crédito e Bancos Comerciais**

Passaremos agora a análise comparativa entre os bancos comerciais e as cooperativas de crédito. Para isto precisamos primeiramente pensar como estes estão inseridos em nosso dia a dia. Quando falamos em dinheiro, o primeiro local que associamos, na maioria das vezes, é a imagem de um banco. Sacar algum valor no caixa eletrônico, fazer transferências e pagamentos são atitudes bem típicas do dia a dia de boa parte da população. No Brasil, há uma grande parcela da população que não tem envolvimento com alguma cooperativa de crédito, seja por costume ou até mesmo desinformação, uma vez que, quando nos referimos as ,cooperativas de crédito, estamos dando uma alternativa em se tratando de instituições financeiras.

### **2.8.1 Quanto a Constituição**

O primeiro ponto a ser destacado como diferença entre um Banco Comercial e uma Cooperativa de Crédito a sua forma de constituição, onde em um banco a natureza jurídica atribuída a reunião de pessoas é a de uma sociedade de capital, na forma de uma sociedade anônima, e tendo sua regulamentação pela Lei nº 6.044/76,

que é a Lei das Sociedades Anônimas, a qual regula contabilmente as sociedades anônimas e menciona ser a respectiva sociedade sempre empresária por força de lei.

Já as Cooperativas de Crédito são consideradas sociedade de pessoas, com forma e natureza própria, não estando sujeitas a falência, pois são consideradas sempre sociedades simples, sendo constituídas para prestar serviços a seus associados. São reguladas pela Lei nº 5.764/71, que é a Lei das Cooperativas, onde traz em seu artigo 4º, as principais características, as quais devemos ressaltar: a adesão voluntária, a singularidade do voto e o retorno das sobras do exercício proporcionalmente às operações realizadas pelo associado (Schardong 2009, p. 85).

Neste sentido nos mostra PINHEIRO (2007, p. 7) "As cooperativas de crédito são instituições financeiras constituídas sob a forma de sociedade cooperativa, tendo por objetivo a prestação de serviços financeiros aos associados".

Também trata sobre o tema ABRÃO, (2009 p. 37):

O teor do art. 1º do Decreto n. 60.597, de 19 de abril de 1967, "as cooperativas são sociedades de pessoas com forma jurídica própria, de natureza civil, sem finalidade lucrativa, não sujeitas à falência organizadas para prestação de serviço ou exercício de outras atividades de interesse comum dos associados". São, pois, organizações que tem por escopo desenvolver a chamada mutualidade.

Com estas observações citadas podemos perceber com nitidez a diferença primordial entre bancos e cooperativas, uma vez que já na sua constituição, percebermos a direção que cada instituição segue. Pode-se notar que a instituição cooperativa está preocupada também com a sustentabilidade, com o objetivo em prol do coletivo, já que na sua constituição observa-se uma valoração dos associados, tanto na parte de assistência, quanto na parte de divisão das sobras.

## 2.8.2 A Diferenciação entre Clientes e Associados

Esta é a mais importante diferença a ser ressaltado, que é a relação entre as cooperativas e seus associados e os bancos e seus clientes. Já de imediato perceberemos a diferença na nomenclatura, uma vez que os bancos chamam seus usuários de clientes e as cooperativas chamam de associados.

Outra importante diferença a ser analisada, é a participação nas decisões, pois como bem devemos lembrar, o associado é dono/proprietário e usuário dos serviços da cooperativa. Desta forma, cada um dos associados tem direito a um voto nas assembleias, sem distinção de valores de cotas ou ações.

Nas assembleias, todos tem o direito de expor sua opinião e ter uma participação direta nas decisões que são tomadas quanto ao rumo de sua cooperativa, podendo assim, dispor de um benefício concedido de forma democrática e que lhe proporciona um controle sobre aquilo que já é seu de direito.

Em contraponto com este aspecto na comparação com os clientes de um banco comercial, devemos observar que cada cliente é apenas um cliente, ou seja, não tem direito a voto nas decisões que são tomadas na instituição financeira de que faz parte, e estas decisões cabem a direção do banco, que é composta por acionistas, que possuem o direito a voto conforme sua participação no montante de ações da referida instituição, não sendo possível desta forma um cliente que não seja acionista ter direito a voto direto nas decisões tomadas.

Também é importante destacar a questão do tratamento igualitário em uma Cooperativa de Crédito, já que todos os associados devem ser tratados de forma idêntica, não havendo distinção ou vantagem de um para o outro. Já quando se trata de instituições financeiras, não temos esse mesma obrigação, pois como a finalidade é o lucro, estão livres para dar vantagem ou não, fazendo distinção entre os clientes.

Podemos perceber isso no art. 37, da Lei nº 5.764/71:

Art. 37. A cooperativa assegurará a igualdade de direitos dos associados sendo-lhe defeso:

- I - remunerar a quem agencie novos associados;
- II - cobrar prêmios ou ágio pela entrada de novos associados ainda a título de compensação das reservas;
- III - estabelecer restrições de qualquer espécie ao livre exercício dos direitos sociais.

Ainda sobre as diferenças existentes devemos dar atenção à distribuição dos lucros ou sobras. Tratando de um banco, ou seja, uma instituição constituída sobre a forma de sociedade anônima, que tem como finalidade o lucro, destinará esse lucro a uma pessoa, ou grupo de investidores. Por conseguinte, este mesmo ponto se analisado sob a ótica de uma cooperativa de crédito muda totalmente, uma vez que não se tem a figura do lucro, pois conforme já analisado, cooperativas são entidades sem fins lucrativos e não há para quem destinar o lucro. O que há nas cooperativas são as sobras, que é o resultado positivo gerado pela instituição. Essa sobra deve retornar a cada um dos associados, sob forma instituída e regulamentada pelo estatuto de cada cooperativa.

Como dispõe o art. 4º, inciso VII, da Lei nº 5.764, de 1971:

Art. 4º As cooperativas 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:

[...]

VII - retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembleia Geral;

E Também ilustra o art. 21, inciso IV, da Lei nº 5.764 de 1971:

Art. 21. O estatuto da cooperativa, além de atender ao disposto no artigo 4º, deverá indicar:

[...]

IV - a forma de devolução das sobras registradas aos associados, ou do rateio das perdas apuradas por insuficiência de contribuição para cobertura das despesas da sociedade;

Concluindo, podemos notar uma das principais diferenças entre um banco comercial e uma cooperativa de crédito, pois nas cooperativas, os associados são

além de usuários dos serviços, donos da instituição, possuindo o direito de receberem o valor referente às sobras.

### **2.8.3 O Interesse pela Comunidade**

Outro diferencial a ser destacado é o interesse das Cooperativas de Crédito pelas comunidades onde atuam, pois uma característica das cooperativas é de ser pioneira nos serviços bancários no interior do país. Ao contrário dos bancos comerciais, que tem seu principal foco nos grandes centros, onde há um maior número de pessoas, o que lhes possibilita um maior ganho, sem ter que investir na instalação de agências em cidades menores onde o ganho é relativamente baixo.

Dessa forma, pode-se notar a importância das cooperativas de crédito no desenvolvimento das pequenas comunidades, uma vez que tem foco no desenvolvimento agrícola, e com isso, auxiliando no crescimento e desenvolvimento dos municípios do interior. Nesse sentido, também deve-se destacar o envolvimento com a comunidade nos projetos sociais, os quais são vistos por diversos pontos do Brasil. Há projetos com foco em setores fundamentais para o comunidade, como por exemplo, projetos para o desenvolvimento do agronegócio, apoio a educação, esporte, mobilização solidária, meio ambiente, entre outros. Os projetos podem partir diretamente das cooperativas ou serem apoiados por elas.

Como destaca Alves, Sérgio Darcy da Silva; Soares, Marden Marques, na obra Cooperativas de crédito e seus impactos sociais (2006, p. 6):

As cooperativas de crédito tem beneficiado e potencializado milhares de pessoas, principalmente crianças, por meio de centenas de projetos sociais que estão espalhados por onde existem cooperativas; nos sistemas Unicred, Sicredi e Sicoob não faltam exemplos, contudo, cabe um destaque para o projeto social do Sistema Sicredi intitulado “A União Faz a Vida”, idealizado a partir dos princípios do cooperativismo, o Programa tem como diretriz a valorização das pessoas, acreditando ser esse o caminho para uma sociedade mais solidária e busca difundir a cultura da cooperação nas escolas e nas comunidades. O projeto é desenvolvido em parceria com entidades e universidades locais e regionais, no Rio Grande do Sul, Mato Grosso e Pa-

raná. O projeto foi eleito com o Prêmio Cooperativa do Ano 2006, promovido pela OCB, SESCOOP/RS e Revista Globo Rural e o Prêmio Feevale – Caixa RS de Responsabilidade Social.

Frente a isso, pode-se observar a característica das cooperativas de crédito em buscar o desenvolvimento social, da comunidade, tendo como objetivo a melhoria do meio em que vive seus associados.

## **2.9 Diferenças entre Cooperativas de Crédito e Bancos Comerciais**

As Cooperativas de Crédito são instituições financeiras diversas dos bancos, mas capaz de oferecer os mesmos produtos e serviços que um banco comercial, de forma competitiva e sustentável.

Quando tratamos de Cooperativas de Crédito, estamos frente a uma instituição que apresenta uma forma diferente de realização dos negócios, uma maneira diversa da relação com os usuários dos produtos e serviços, o que, consequentemente, também traz uma diferença na maneira de tratar e destinar as sobras ou lucros. No caso das cooperativas, a diversidade dos bancos comerciais vem desde sua constituição, valores, princípios e nas suas ações.

Os bancos comerciais, segundo Ronald Hillbrecht (apud. SCHARDONG, 2002, p. 53), são instituições financeiras constituídas sob a forma de Sociedades Anônimas, com controle privado, podendo ser bancos privados de capital predominantemente nacional, ou bancos com sede no exterior, ou ainda podem ser bancos públicos de capital predominantemente público, Federal ou Estadual. Para poderem atuar, os bancos comerciais precisam obter autorização de funcionamento do Banco Central, aprovada pelo Conselho Monetário Nacional.

As Cooperativas de Crédito, mesmo tendo as mesmas funções das demais instituições financeiras, prestando os mesmos serviços e ofertando os mesmos produtos, têm em sua essência princípios e valores, que é o seu diferencial. Esse diferencial, foi lembrado pelos legisladores na Lei nº 5.764/71, em seu art. 4º.

Nesse sentido, refere Wilson Alves Polonio (2004, p. 40):

A sociedade cooperativa, como uma sociedade muito peculiar, embora possa ter como objeto social a atividade de mercancia e, portanto, de natureza genuinamente comercial, é constituída para prestar serviços aos associados, conforme dispõe sua legislação de regência (art. 4º, da lei nº 5.764/71). Assim tendo em vista essa dupla personalidade, cumpriu ao legislador tomar uma posição sobre sua natureza e o fez definindo-a expressamente como de natureza civil. Foi bem ao tomar essa decisão, já que a atividade de prestação de serviços aos associados é a atividade que vivifica a cooperativa. É essa atividade que lhe dá característica peculiar e difere dos demais tipos societários [...]

Quem faz referência e ilustra de uma forma fácil de compreender as diferenças entre as Cooperativas de Crédito e os Bancos Comerciais, são MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES (2002, p. 16-17), através do seguinte quadro comparativo:

**QUADRO Nº1** : Diferenças entre Cooperativas de Crédito e Bancos Comerciais.

<b>BANCOS</b>	<b>COOPERATIVAS DE CRÉDITO</b>
São sociedades de capital	São sociedades de pessoas
O poder é exercido na proporção do número de ações	O voto tem peso igual para todos (uma pessoa, um voto)
As deliberações são concentradas	As decisões são partilhadas entre muitos
O administrador é um 3º (homem do mercado)	O administrador é do meio (cooperativado)
O usuário das operações é mero cliente	O usuário é o próprio dono (cooperativado)
O usuário não exerce qualquer influência na definição do preço dos produtos	Toda a política operacional é decidida pelos próprios usuários/donos (cooperativados)
Podem tratar distintamente cada usuário	Não podem distinguir: o que vale para um, vale para todos (art. 37 da Lei nº 5.764/71)
Preferem o grande poupador e as maiores corporações	Não discriminam, voltando-se mais para os menos abastados
Priorizam os grandes centros	Não restringem, tendo forte atuação nas comunidades mais remotas
Têm propósitos mercantilistas	A mercancia não é cogitada (art. 79 da Lei nº 5.764/71)
A remuneração das operações e dos serviços não têm parâmetro/limite	O preço das operações e dos serviços visa à cobertura de custos (taxa de administração)
Atendem em massa, priorizando, ademais o auto-serviço/a automação	O relacionamento é personalizado/individual, com o apoio da informática
Não têm vínculo com a comunidade e o público-alvo	Estão comprometidas com as comunidades e os usuários
Avançam pela competição	Desenvolvem-se pela cooperação
Visam ao lucro por excelência	O lucro está fora do seu objeto (art. 3º da Lei nº 5.764/71)
O resultado é de poucos donos( nada é dividido com os clientes)	O excedente(sobras) é distribuído entre todos(usuários), na proporção das operações individuais, reduzindo ainda mais o preço final pago pelos cooperativados.
No plano societário, são regulados pela Lei das Sociedades Anônimas	São regulados pela Lei Cooperativista

Fonte: MEINEN; DOMINGUES; DOMINGUES (2002, p. 16-17)

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Material e Métodos**

Para elaboração deste trabalho foram primeiramente realizadas pesquisas bibliográficas em materiais impressos e on-line, conforme referenciados no fim deste. Os principais autores citados para elaboração deste trabalho foram Ênio Meinen a sua literatura ser atual e com fácil entendimento. Também foram usados artigos sobre Cooperativismo de Crédito e Bancos Comerciais e consultas on-line em sites da Organização Brasileira de Cooperativas, Conselho Mundial de Cooperativismo, também buscando dados reais e práticos.

Além de pesquisas bibliográficas para embasamento teórico partimos para a prática realizando entrevistas com associados da cooperativa de crédito SICREDI de Maracaju.

Estes questionários foram desenvolvidos com 36( trinta e seis) questões de múltipla escolha e 1( um) aberta para sugestão ou crítica. Foram aplicados para uma amostra de 140 associados da unidade de atendimento do SICREDI na cidade de Maracaju-MS.

A pesquisa realizada foi Qualitativa e Quantitativa, Diehl (2004) apresenta um esboço acerca destas duas estratégias: a pesquisa quantitativa pelo uso da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, utilizando-se técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança;

A pesquisa qualitativa, por sua vez, descreve a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos grupos, contribuir no processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos.

De modo geral quantitativa é passível de ser medida em escala numérica e qualitativa não. (ROSENTAL; FRÉMONTIER-MURPHY, 2001).

Para calcularmos esta amostra utilizamos do cálculo estatístico da Teoria da Probabilidade, conforme abaixo:

$$n : \frac{Z^2 \cdot P \cdot q \cdot N}{d^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot q}$$

Onde:

N: tamanho da população

Z: abscissa da nominal – igual a 95% equivalente a 1,96

P: estimativa da proporção

Q: 1- p

D: erro amostral – igual a 4%

Porém como este cálculo é utilizado estatisticamente para outros fins, como testes de novas vacinas, ele tende a ser muito rigoroso com o tamanho da amostragem. Analisando a quantidade de associados na cooperativa em Maracaju que hoje é de 3.852, foi decidido em conjunto com o orientador deste trabalho e o professor de estatística do curso aplicar o questionário para 140 associados, o que já nos trará bons resultados.

O questionário foi entregue aos associados que compareceram a unidade de atendimento no período de 21 de setembro de 2015 a 01 de outubro de 2015, por mim e pelos demais colaboradores da unidade, estes tinham o livre arbítrio de escolher entre responder ou não as perguntas. Não havendo objeções a isto, o conteúdo do questionário era explicado a todos e deixado o mesmo a sós para manter sua privacidade nas respostas.

Após aplicação dos questionários os mesmos foram numerados de 0 a 140 e os dados coletados foram tabulados utilizando o programa estatístico SPSS- Statistical Package for the Social Sciences versão 13 para Windows, após a tabulação das respostas obtidas foram elaborados os gráficos utilizando do recurso Microsoft Office Excel 2007 .

Com a análise das respostas será possível identificar se os associados têm conhecimento do que é uma Cooperativa de Crédito, da qual fazem parte e se utilizam os produtos e serviços ofertados pela mesma.

### **3.2 Cenário da Pesquisa**

A pesquisa foi aplicada na cidade de Maracaju que está situada há aproximadamente 160 quilômetros de distância de Campo Grande, Capital do Estado, onde possui uma população estimada em 43.078 habitantes, segundo IBGE. Diretoria de Pesquisas - DPE - Coordenação de População e Indicadores Sociais – COPIS, no período de 21/09/2015 a 05/10/2015.

O local realizado a pesquisa foi a Unidade de Atendimento da Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associado- SICREDI PANTANAL MS, localizada a Avenida João Pedro Fernandes, 2380 Centro de Maracaju MS.

Esta Unidade de Atendimento do Sistema Sicredi teve sua fundação em julho de 1989, denominada na época de CREDIMARA, conta hoje com aproximadamente 4000 associados, 19 colaboradores e em plena expansão.

### **3.3 Perfil da Empresa**

O Sistema Sicredi conta com mais de 95 cooperativas de crédito filiadas, mais de 3 milhões de associados, 19 mil colaboradores em todo o Brasil. Está presente hoje em 11 Estados Brasileiros mas como já fechou a incorporação com a UNICRED Central Norte/Nordeste da para 2016 estará presente em 24 Estados Brasileiros

As cooperativas de crédito por sua vez são ligadas à sua Central Estadual, sendo 4 as Centrais existentes no Brasil (RS/SC, PR/SP, MT, Brasil Central (MS)).

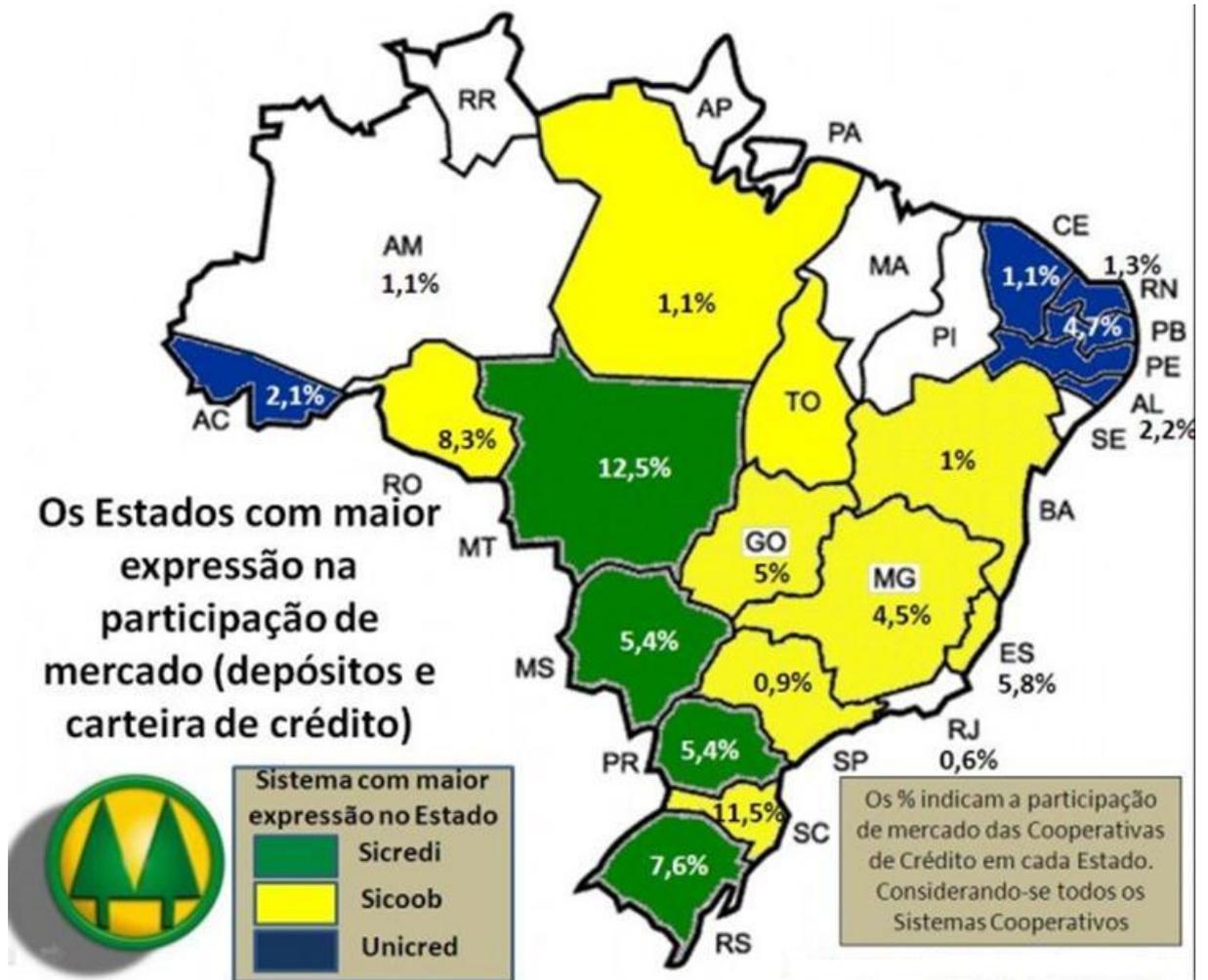


Figura nº 5: Estados Brasileiros com maior expressão do Cooperativismo de Crédito  
 Fonte: cooperativismodecredito.coop.br

A unidade de atendimento do SICREDI em Maracaju está inserida no Sistema SICREDI. As Cooperativas trabalham conforme organograma abaixo:

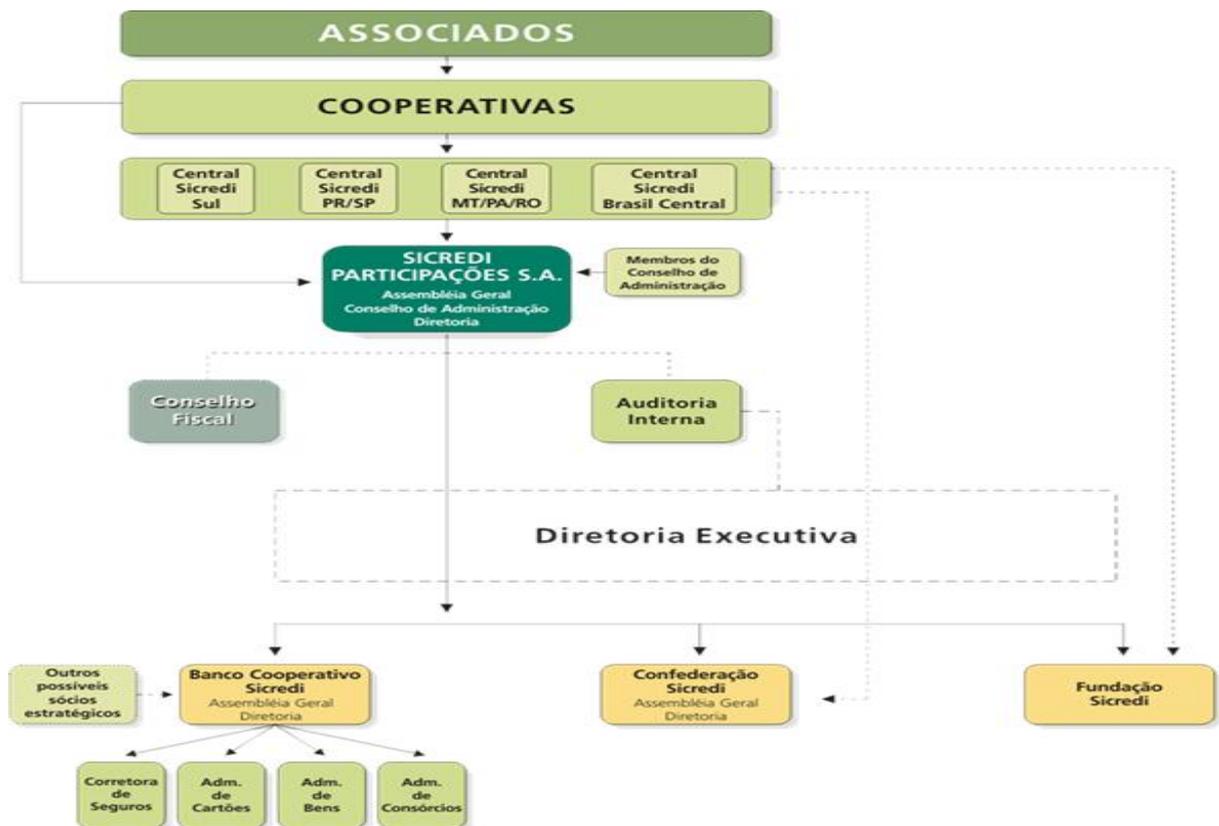


Figura Nº 6: Organograma Cooperativa de Crédito  
Fonte: sicrediserranars

Abaixo podemos analisar a Missão, Visão e os valores com que a Organização trabalha atualmente, segundo informações do site [sicredi.com.br](http://sicredi.com.br):

#### ✓ Missão

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.

#### ✓ Visão

Ser reconhecido pela sociedade como instituição financeira cooperativa, com excelência operacional e de gestão, voltada para o desenvolvimento econômico e social.

#### ✓ Valores

- Preservação da natureza cooperativa do negócio.
- Respeito à individualidade do associado.
- Valorização e desenvolvimento das pessoas.
- Preservação da instituição como sistema.
- Respeito às normas oficiais e internas.
- Eficácia e transparência na gestão.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir de agora passaremos a apresentar e analisar os dados coletados por meio das entrevistas realizadas. Serão apresentados os gráficos representativos das 36 questões contidas no questionário. Começamos com a identificação do perfil dos associados que responderam ao questionário. Para isto foram feitas as perguntas sobre idade, sexo, renda, tempo de associação, se possui conta em outra instituição e qual o nível de conhecimento sobre cooperativismo. Abaixo seguem as respostas obtidas:

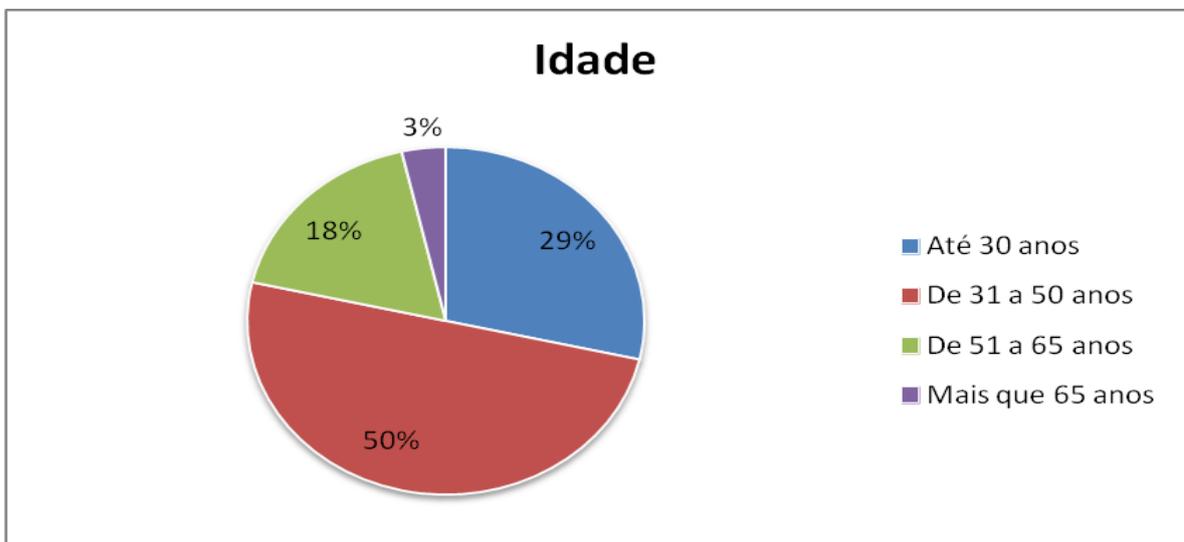


Gráfico nº 1- Idade dos Entrevistados

Dos entrevistados 40 pessoas tem até 30 anos representando 29%, 70 tem de 31 a 50 anos representando 50 % da amostra, 25 pessoas tem de 51 a 65 anos representando 18 % e 5 pessoas entrevistadas tem mais de 65 anos uma porcentagem de 3%.

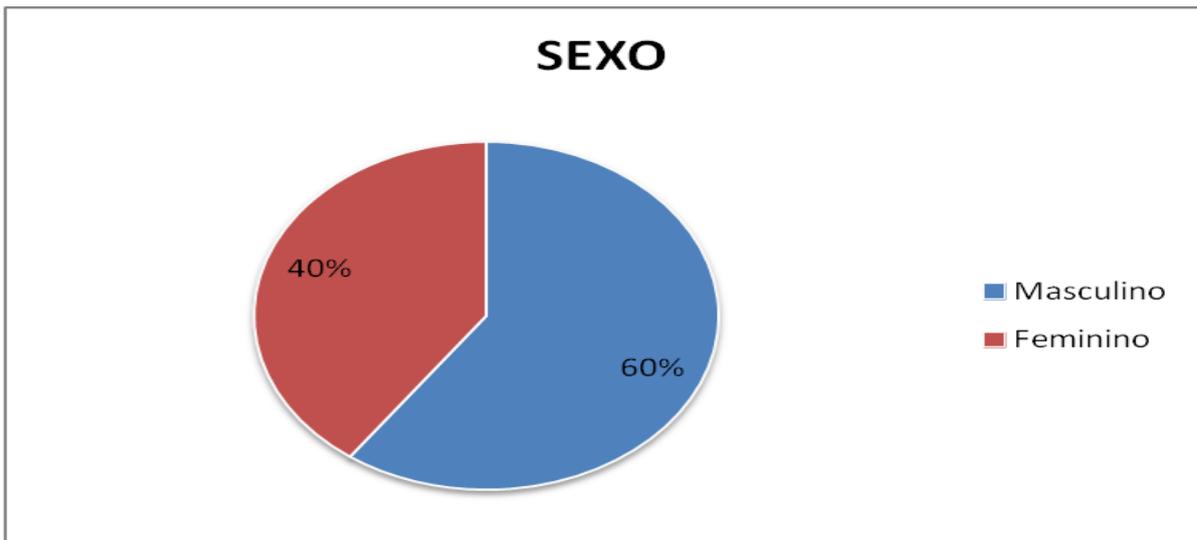


Gráfico n° 2- Sexo dos Entrevistados

Percebemos a predominância do sexo masculino entre os respondentes sendo 60% Masculino ou 84 pessoas, e 40% feminino ou 56 pessoas.

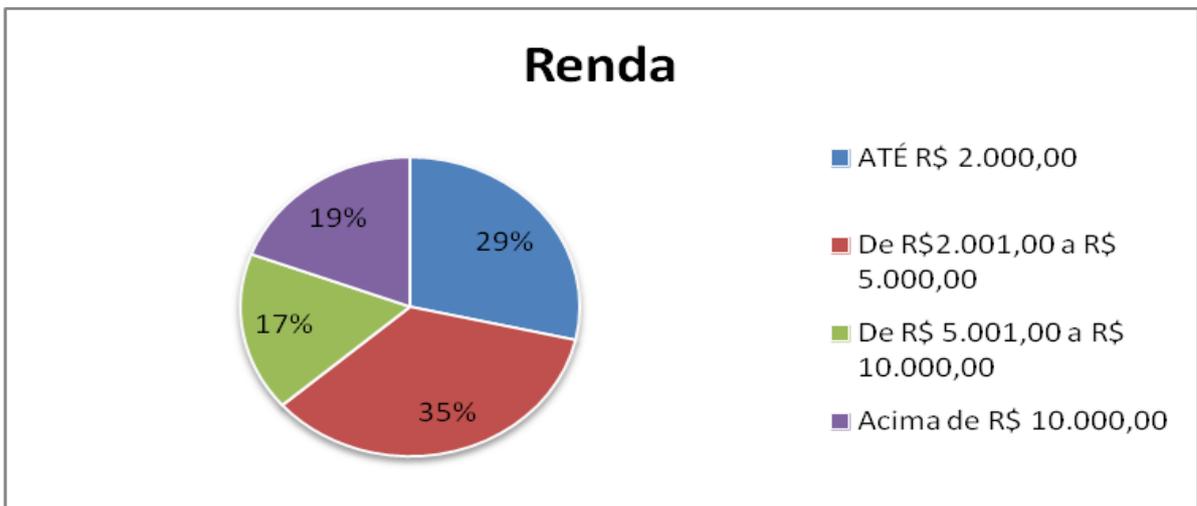


Gráfico n° 3 – Renda dos Entrevistados

Quanto a renda podemos observar que 35% dos entrevistados possuem renda de R\$ 2.001,00 a R\$ 5.000,00, 29% até R\$ 2.000,00, 19% acima de R\$ 10.000,00 e 17% de R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00. O que demonstra que a Cooperativa pode e vem atendendo todo público, indiferente de sua renda.



Gráfico nº 4- Conta em Outra Instituição

Podemos observar que 71% dos associados possuem conta em outra Instituição também e apenas 29% não. Isso comprova nossa ideia de que a Cooperativa torna-se uma alternativa para quem já possui conta em outra instituição.

Isso vem ao encontro a ideia de que o público em uma Cooperativa de Crédito é o mesmo de um Banco Comercial, o que torna nossa pesquisa ainda mais satisfatória.

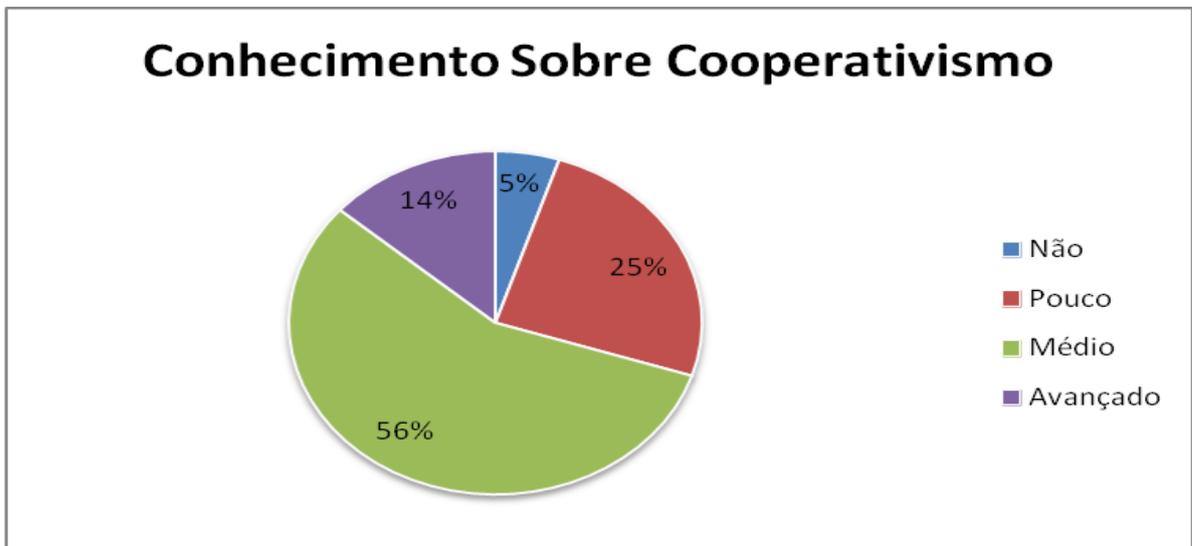


Gráfico nº 5- Conhecimento sobre Cooperativismo

Quando questionados quanto seu nível de conhecimento sobre Cooperativismo 56% respondeu que consideram seu conhecimento em nível médio, 25% têm pouco conhecimento sobre o tema, 14% já consideram seu nível avançado sobre cooperativismo e 5% disseram não conhecer nada sobre o assunto. Isto nos traz a

percepção que ainda há muitos associados que não tem o conhecimento que deveriam e poderiam ter a respeito do assunto.

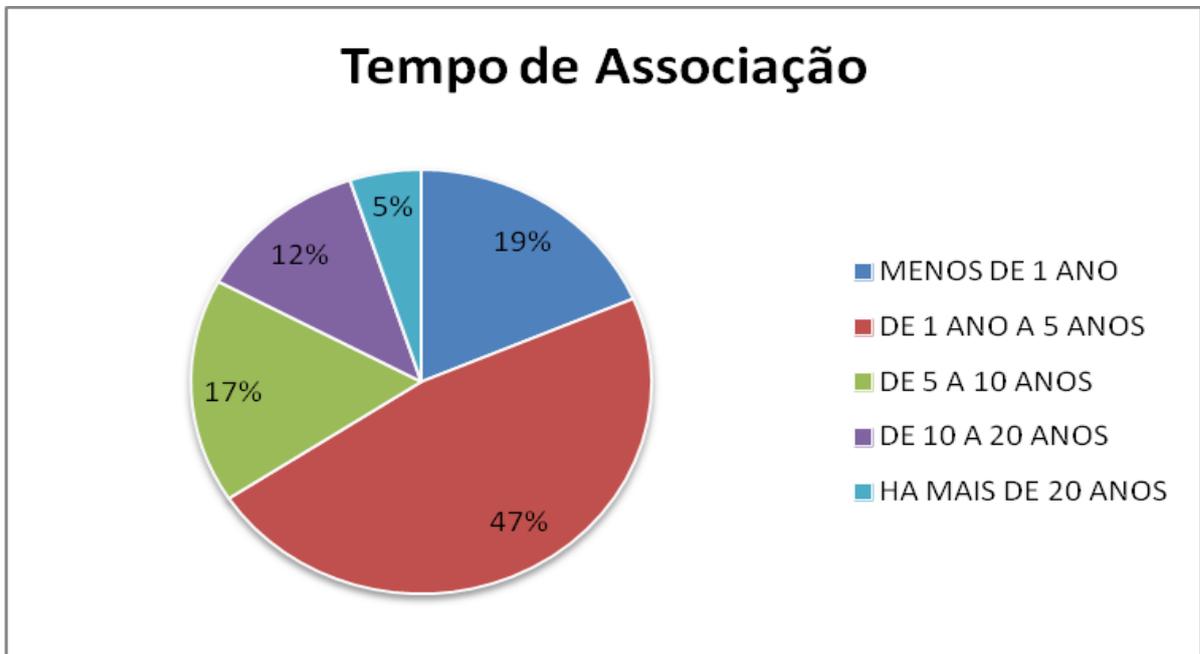


Gráfico nº 6- Tempo de Associação

Como o cooperativismo vem crescendo nos últimos anos é possível notar que a maioria dos associados tem entre 1 e 5 anos de associação ou seja 47%, 19% menos de um ano, 17% de 5 a 10 anos , 12% de 10 a 20 anos e 5% há mais de 20 anos.

Quanto ao nível de satisfação dos associados em relações as instalações da cooperativa obtivemos as seguintes respostas:

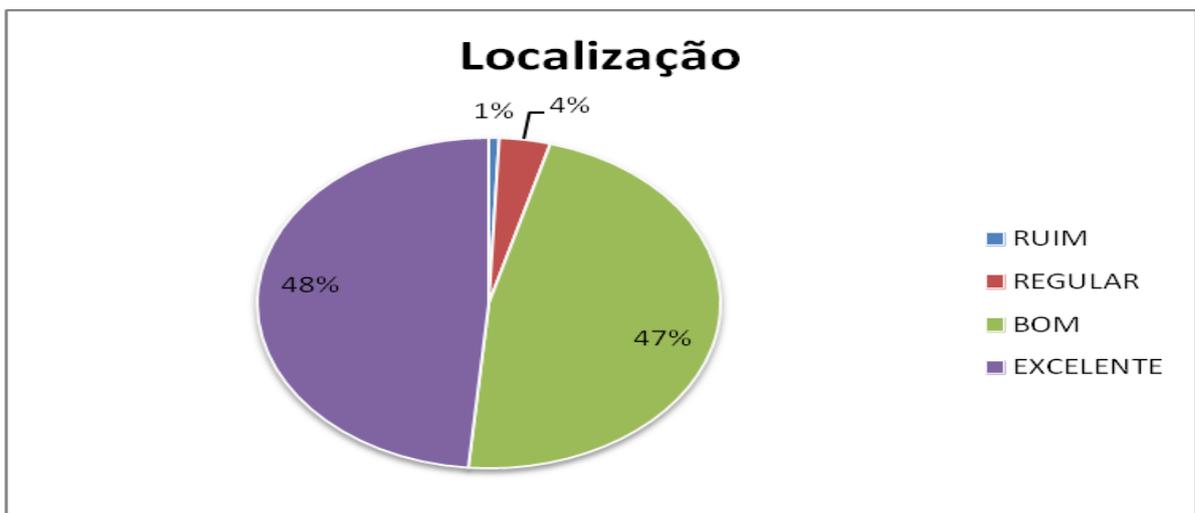


Gráfico nº 7 – Localização

Dos entrevistados 48% consideram a localização da cooperativa excelente e 47% consideram boa. Apenas 4% têm como regular e 1% ruim a localização da cooperativa.



Gráfico nº 8-Estacionamento

O estacionamento foi um ponto a ser observado e passado a cooperativa como objeto de melhoria, pois 40% acham regular e 14% ruim o que somando ultrapassa a metade da amostra entrevistada, consideraram excelente uma porcentagem de 12% e 34% consideraram o estacionamento bom.

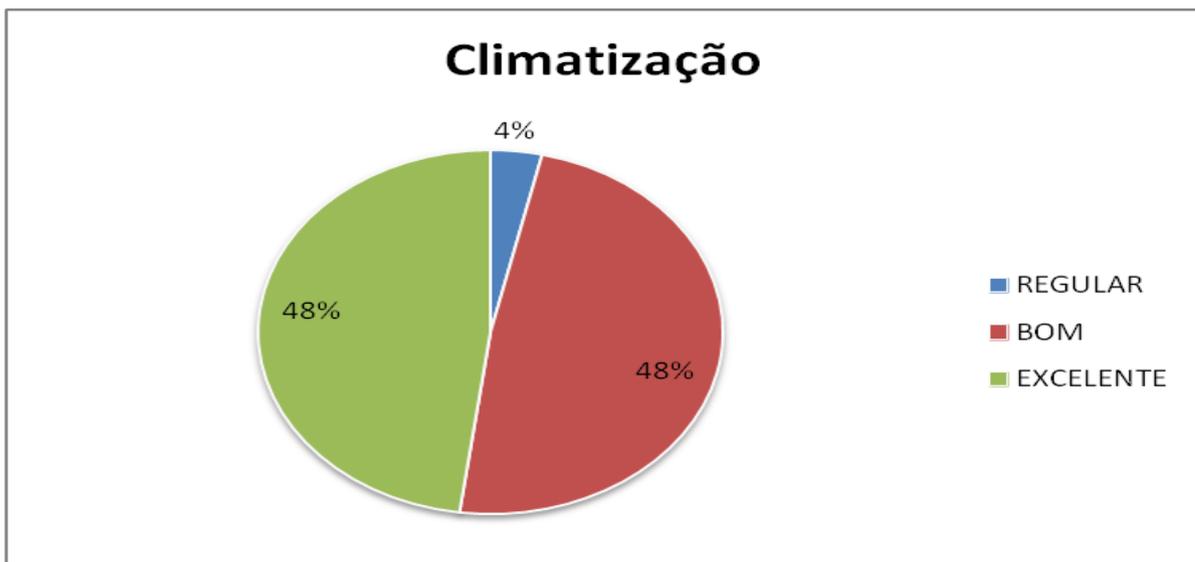


Gráfico nº 9- Climatização

A climatização do ambiente interno da cooperativa foi considerada excelente por 48% da amostra e boa por 48% , tendo somente 4 % avaliando como regular e nenhuma avaliação como ruim.

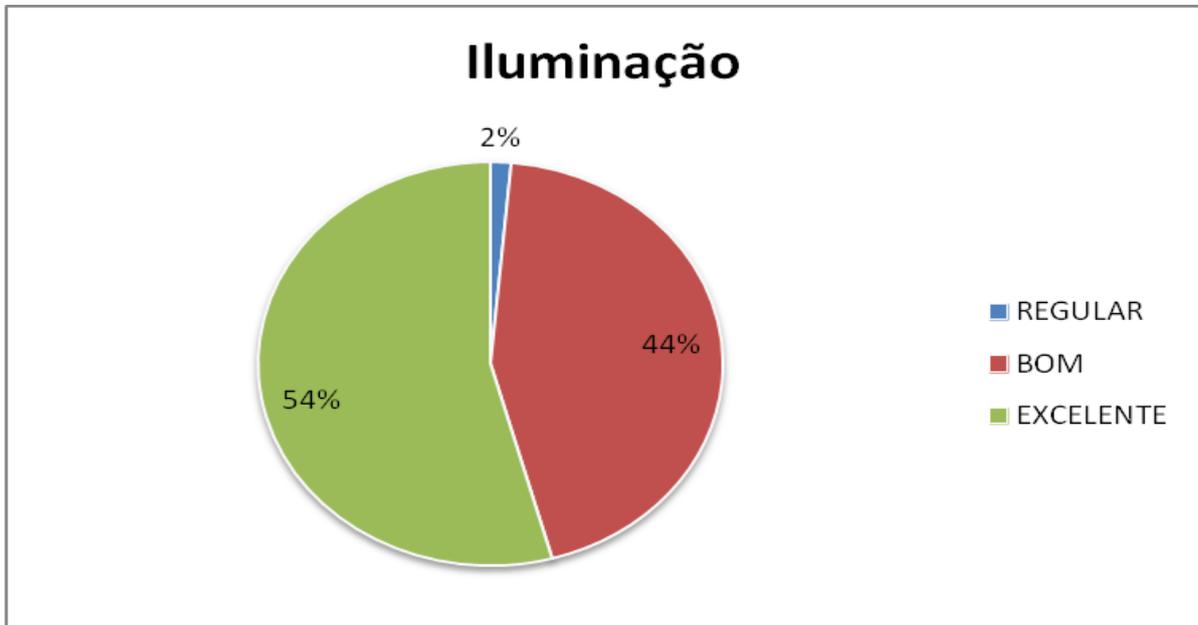


Gráfico nº 10- Iluminação

A iluminação do ambiente interno da cooperativa foi avaliada como excelente por 54% dos entrevistados, e boa por 44 %, apenas 2% consideraram regular e nenhum entrevistado avaliou como ruim.

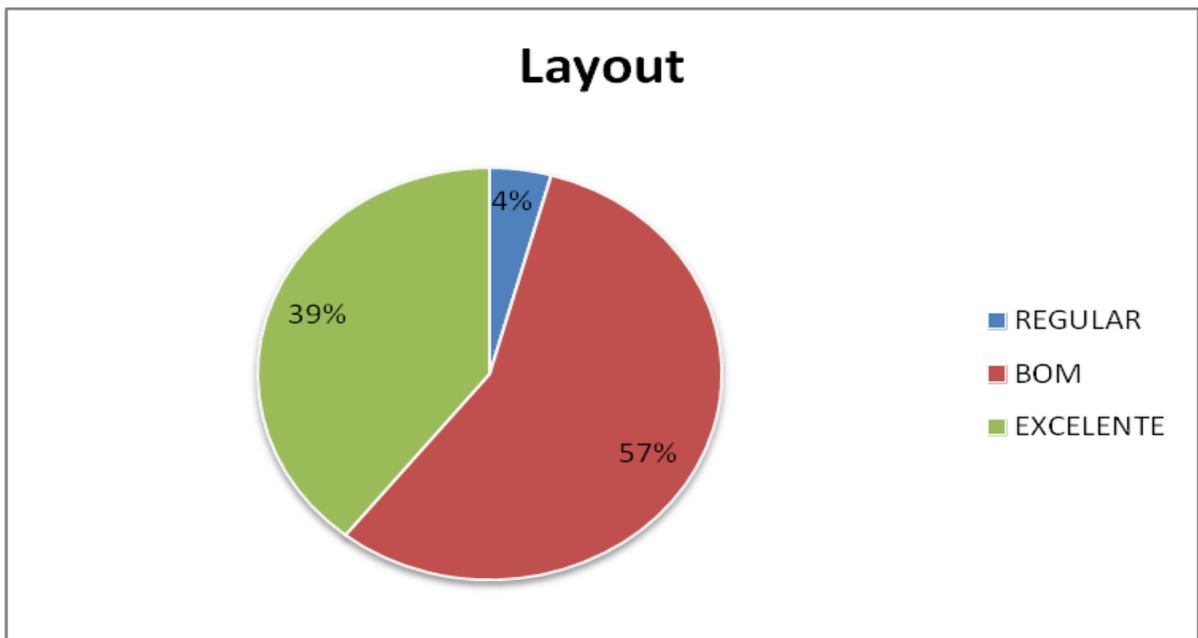


Gráfico nº 11 - Layout

Quando questionados sobre o layout da cooperativa 57% disseram estar bom, 39% disseram estar excelente, 4 % disseram estar regular e nenhum entrevistado respondeu como ruim.

Depois de identificado o perfil dos entrevistados e sua satisfação em relação as instalações da cooperativa passamos a avaliar o nível de satisfação em relação aos canais de atendimento e ao atendimento pessoal.

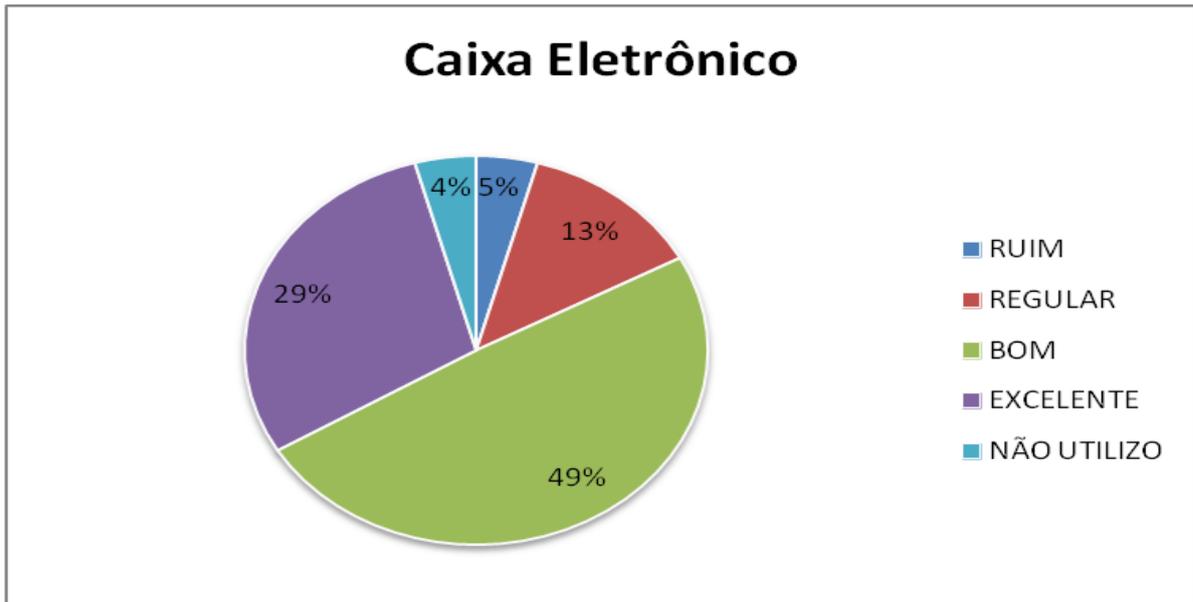


Gráfico nº 12 - Caixa Eletrônico

Quanto aos caixas eletrônicos da cooperativa 49% dos entrevistados os avaliaram como bom, 29% como excelente, 13% como regular, 5% como ruim e 4 % disseram não utilizar os caixas eletrônicos.

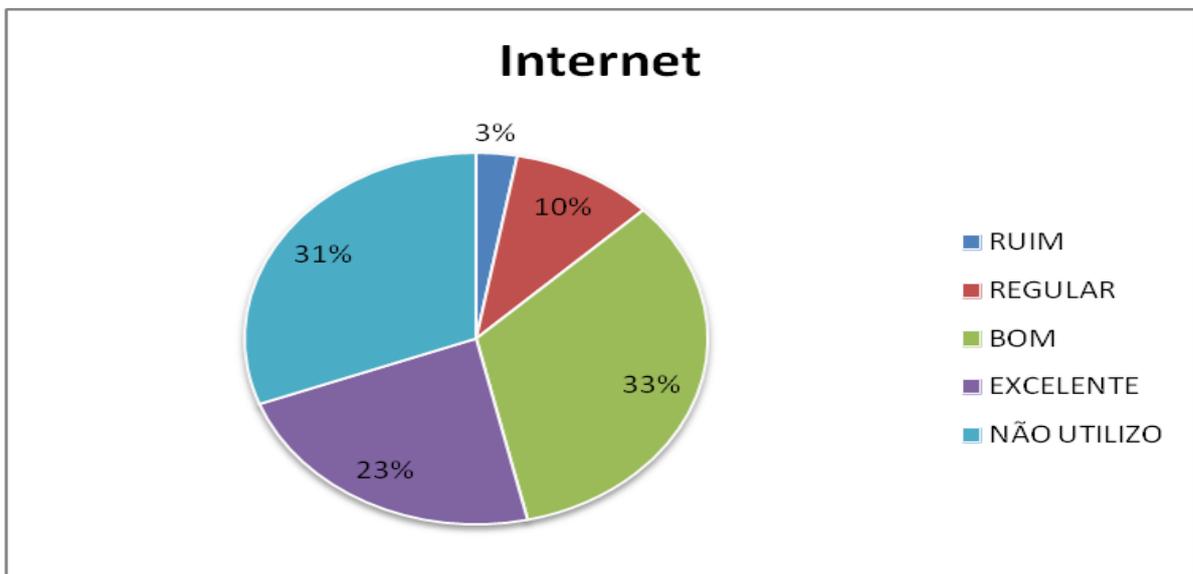


Gráfico nº 13 - Internet

Já quando questionados sobre a internet, ou seja o site da cooperativa usado para realizar transações on-line as respostas foram as seguintes: 33% consideram bom, 31% não utilizam o mecanismo, 23% avaliaram como excelente, 10% como regular e 3% como ruim. Outro ponto a ser elvado a Cooperativa pois há um índice significativo de associados que não utilizam a praticidade da internet para realizar suas transações.

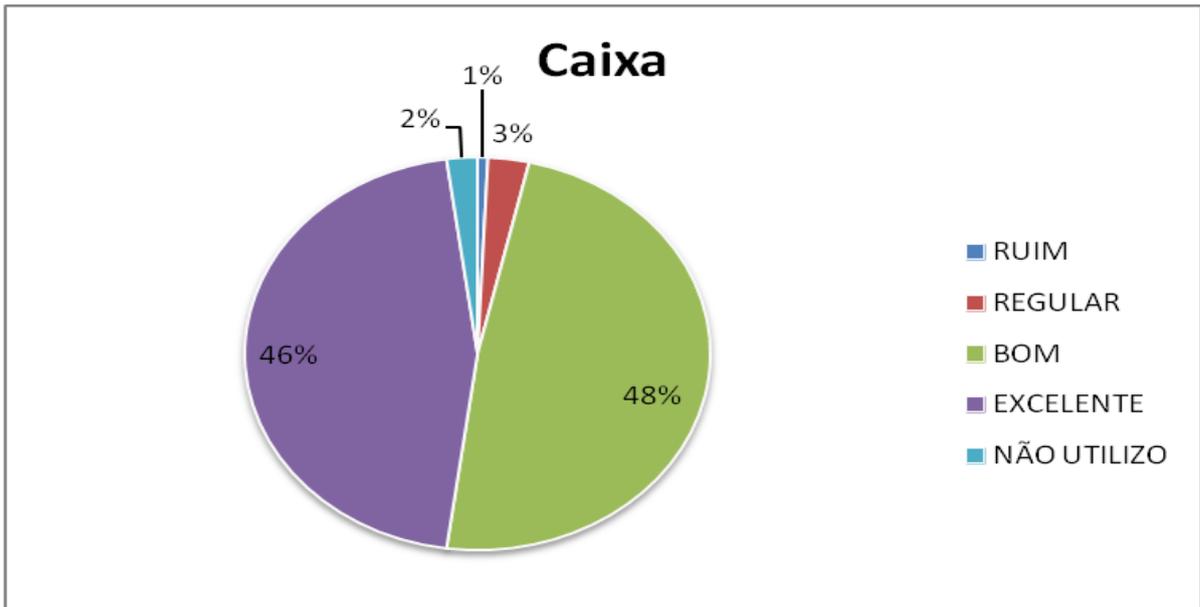


Gráfico nº 14- Caixa

Os caixas de atendimento pessoal foram avaliados como 46% excelente, 48% bom, 3% regular, 2% ruim e 1% não utiliza o recurso , o que nos mostra que as filas de espera não estão sendo recorrentes e abusivas para com os associados.

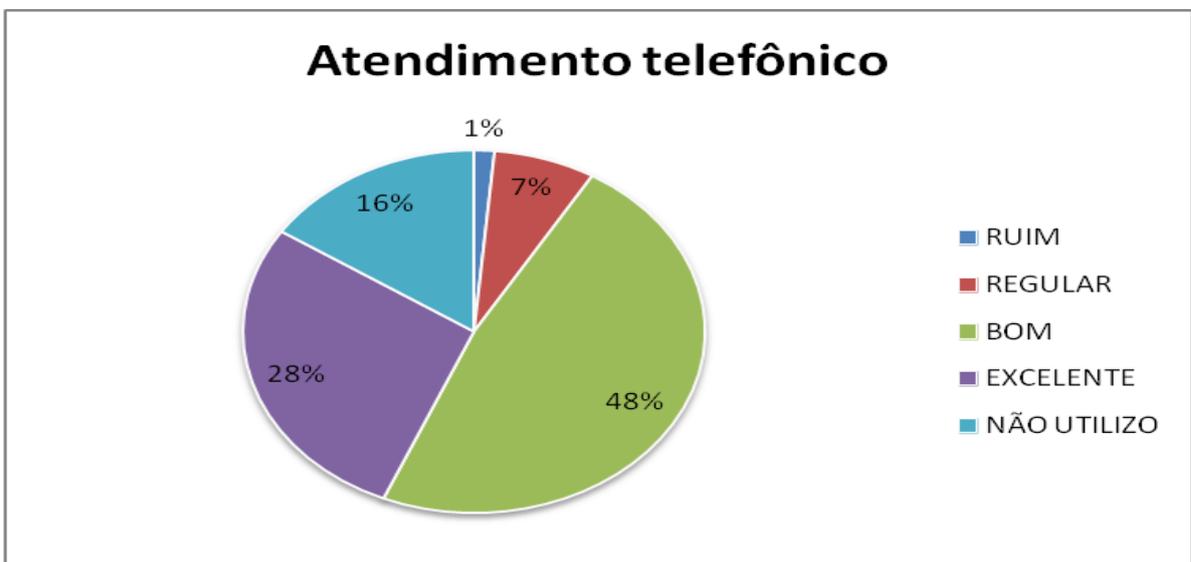


Gráfico nº 15- Atendimento Telefônico

O atendimento telefônico na cooperativa pelos colaboradores foi avaliado como bom por 48% dos entrevistados, excelente por 28%, regular por 7% e ruim por 1%, ainda 16% dos entrevistados disseram que não costumam usar este recurso.

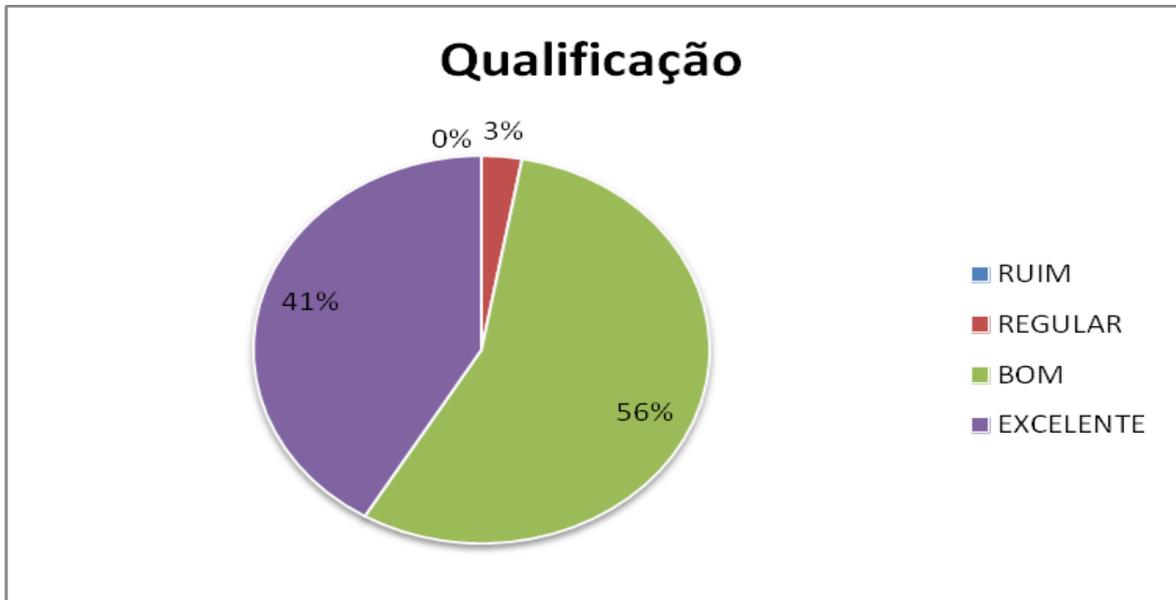


Gráfico nº 16- Qualificação dos Colaboradores

Quando questionados sobre a qualificação dos colaboradores 56% dos entrevistados responderam como bom, 41% excelente, 3% regular e nenhuma resposta como ruim.

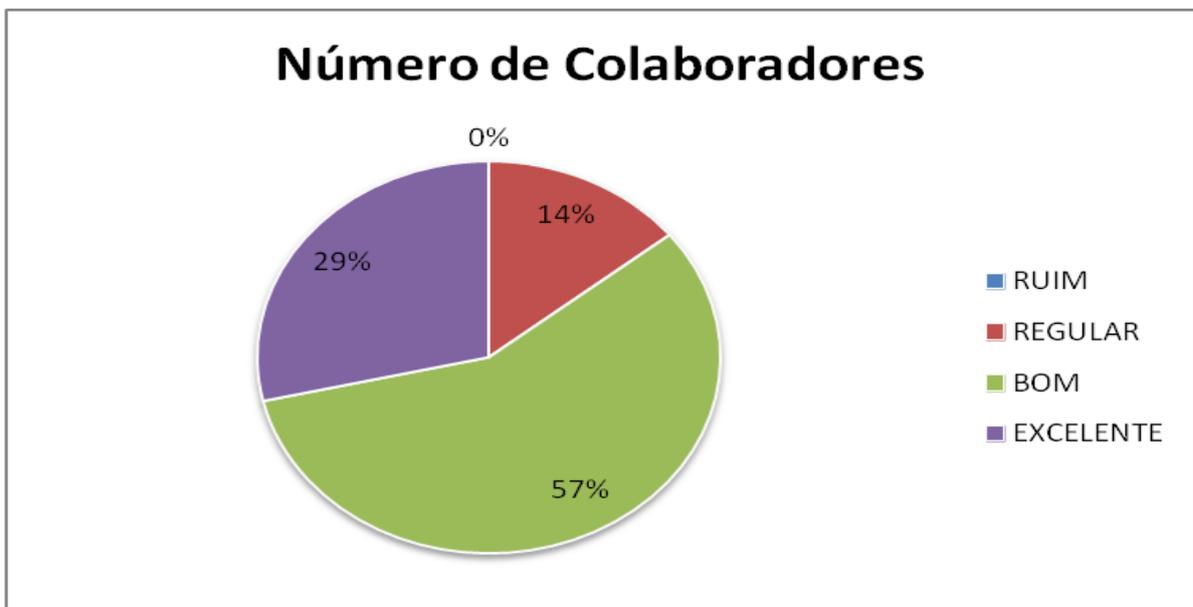


Gráfico nº 17- Número de Colaboradores

O número de colaboradores na coopertiva para 57% dos entrevistados está bom, para 29% está excelente, para 14% está regular e nenhum entrevista respondeu como ruim.

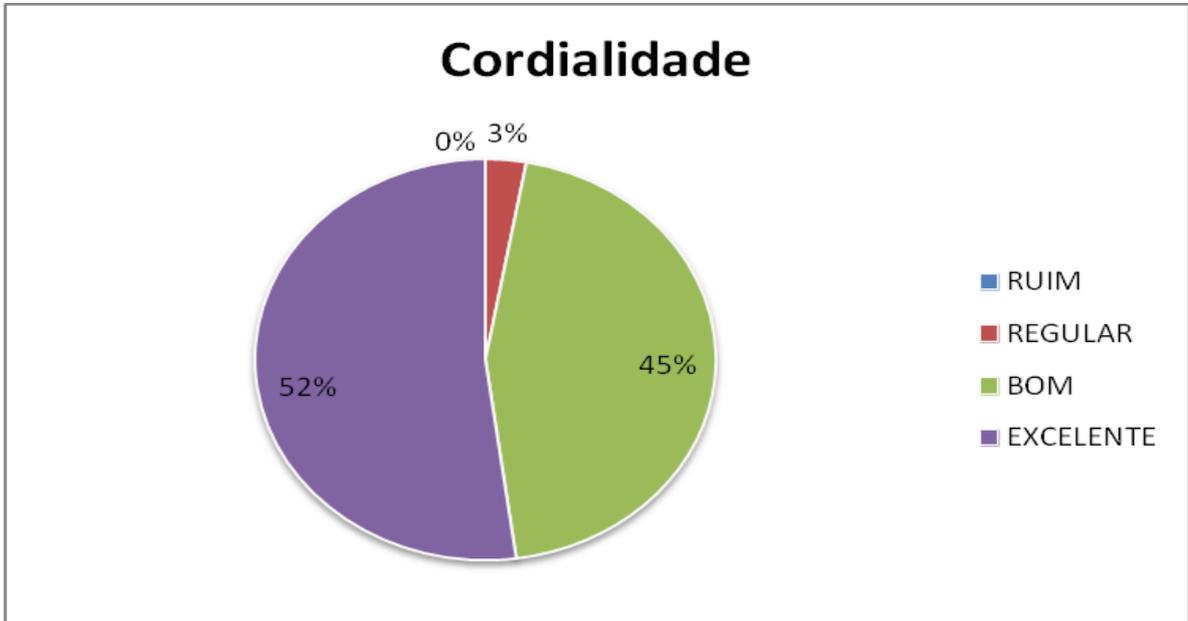


Gráfico nº 18- Cordialidade dos Colaboradores

Quanto a cordialidade dos colaboradores 52% dos entrevistdos diz ser excelente e 45% bom, apenas 3% diz ser regular e nenhum entrevistado diz ser ruim.

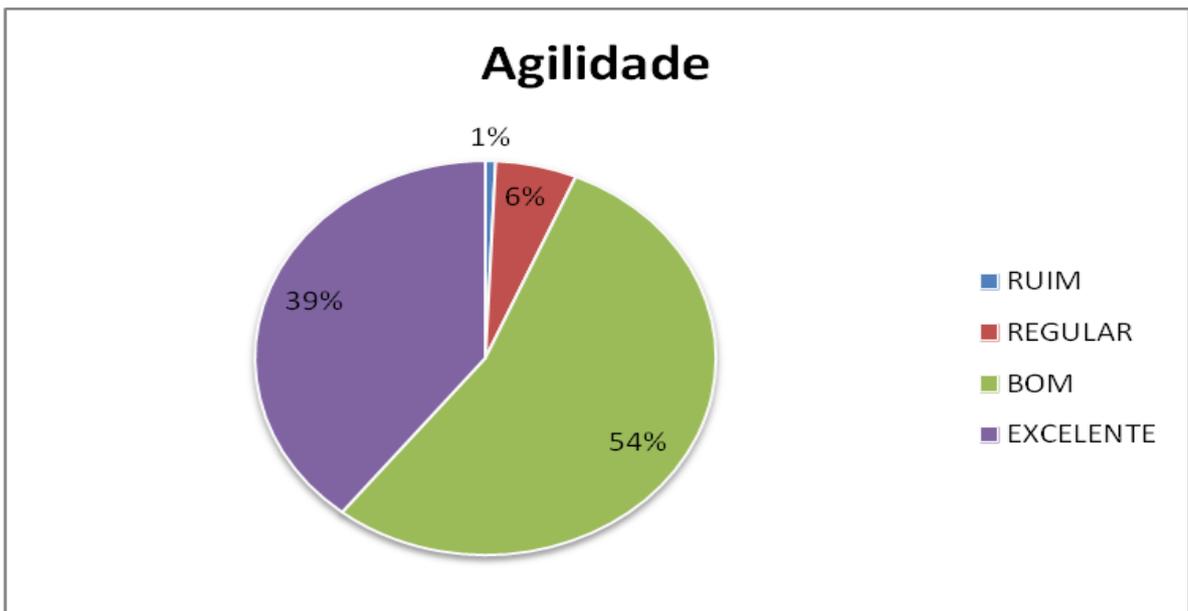


Gráfico nº 19- Agilidade dos Colaboradores

Quanto o quesito avaliado é a agilidade dos colaboradores em resolver as situações no cotidiano 54% dos entrevistados avalia como bom, 39% como excelente, 6% como regular e 1% como ruim

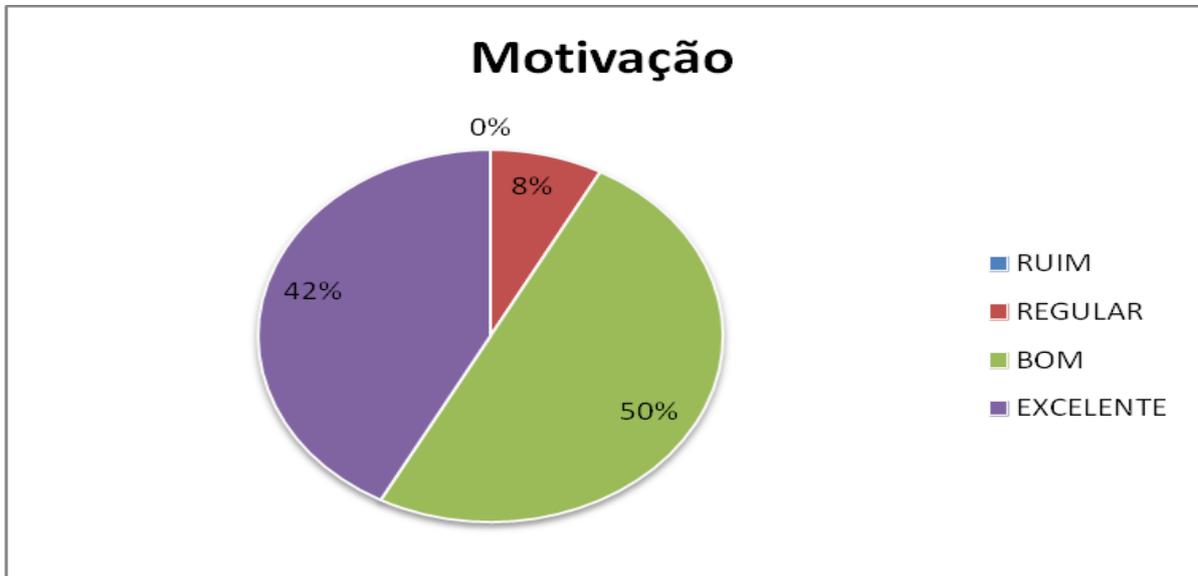


Gráfico nº 20- Motivação dos Colaboradores

Quanto a motivação dos colaboradores 50% dos entrevistados consideram bom, 42% excelente, 8% regular , não tendo respondentes avaliando como ruim.

Agora chegamos a parte principal desta pesquisa que é identificar a satisfações dos associados com os produtos e serviços utilizados, conhecer quais são os produtos utilizados pelos mesmos, e acima de tudo levantar o que eles veem como diferencial da cooperativa de crédito SICREDI em Maracaju em relação aos bancos comerciais.

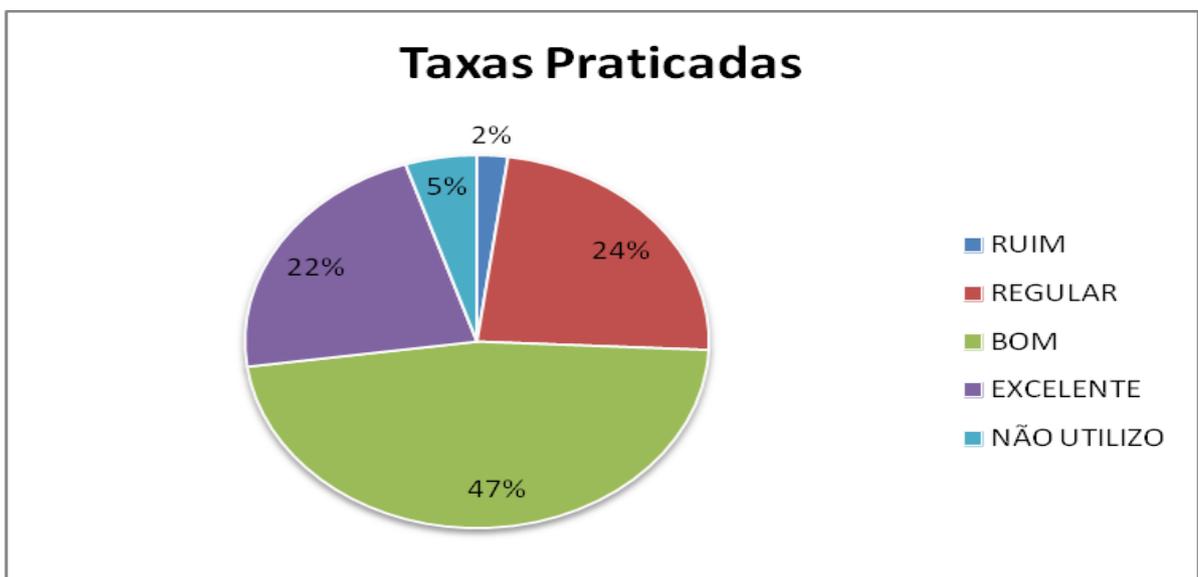


Gráfico nº 21 - Avaliação das Taxas Praticadas

As taxas de juros praticadas pela cooperativa foram avaliadas por 47% dos entrevistados como bom, 24% regular, 22% excelente, 2% ruim e 5% disseram não utilizar.

Podemos perceber aqui também um nível de satisfação elevado, comprovando a idéia inicial que as taxas dos produtos ofertados, a precificação dos mesmos é menor em uma Cooperativa de Crédito.

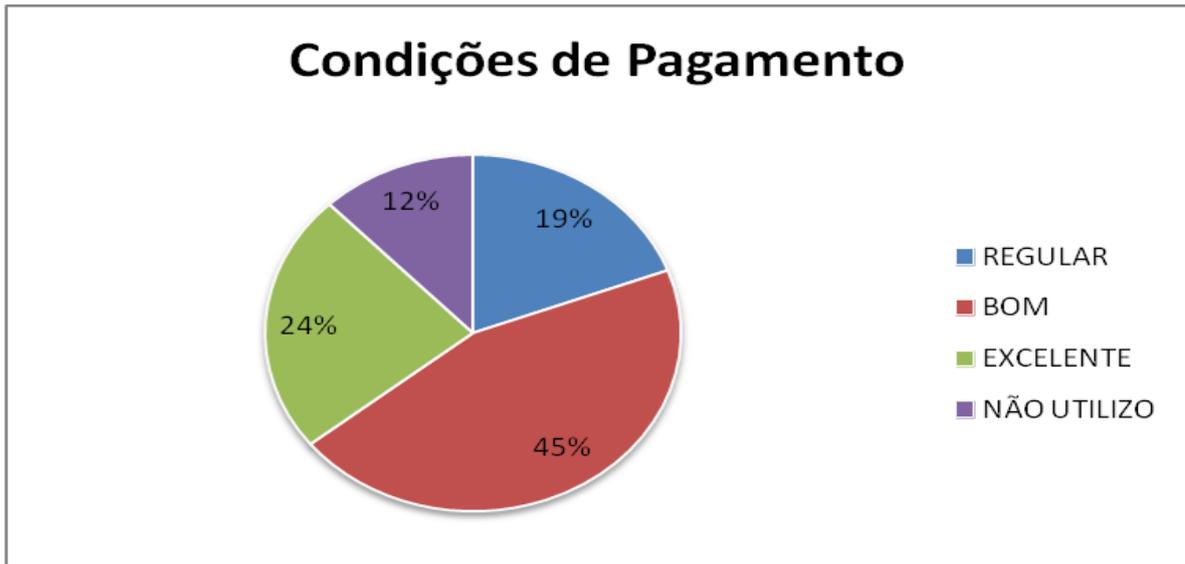


Gráfico nº 22- Condições de Pagamento

Quanto as condições de pagamento dos créditos tomados 45% consideram bom, 24% excelente, 19% regular e 12% não utilizam.



Gráfico nº 23 Comparação com as taxas do mercado

Quando questionados sobre as taxas do mercado 57% dos associados dizem que as do SICREDI são menores e 9% dizem que são maiores, ainda 34% diz não ter informação a respeito.

Esta porcentagem de 34% mostra que muitas pessoas não tem conhecimento dos juros cobrados dentro das instituições, não dão a devida importância a este ponto tão relevante.

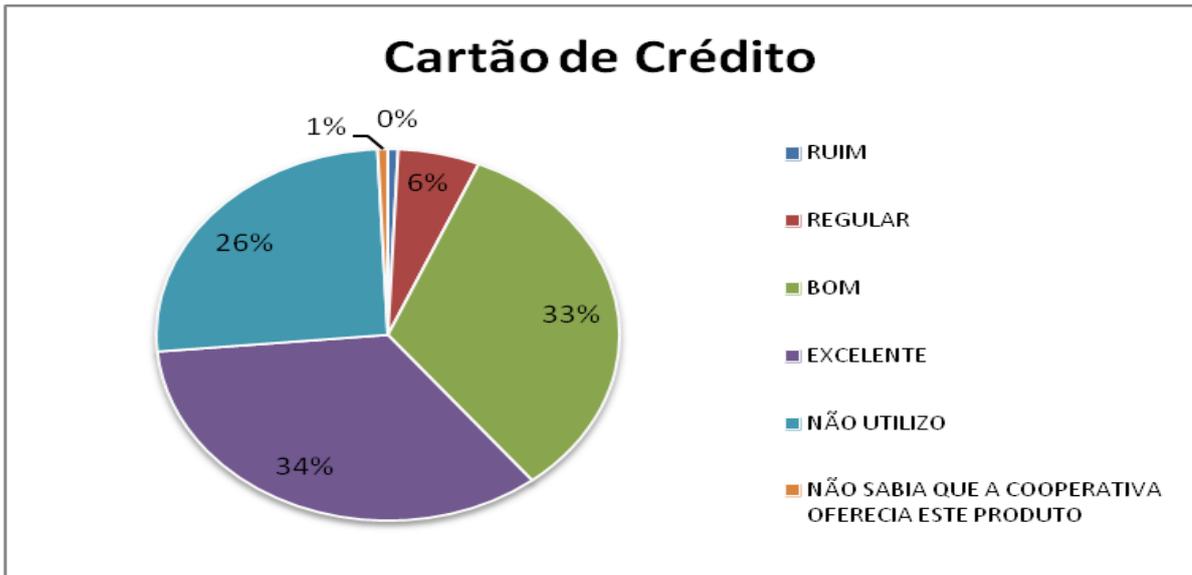


Gráfico nº 24 Avaliação do produto Cartão de Crédito

Dos entrevistados 34% utilizam o cartão de crédito e o consideram excelente, 33% o consideram bom, 6% regular, 1% não sabia que a Cooperativa oferecia este produto e 26% não utilizam este produto ofertado pela Cooperativa.

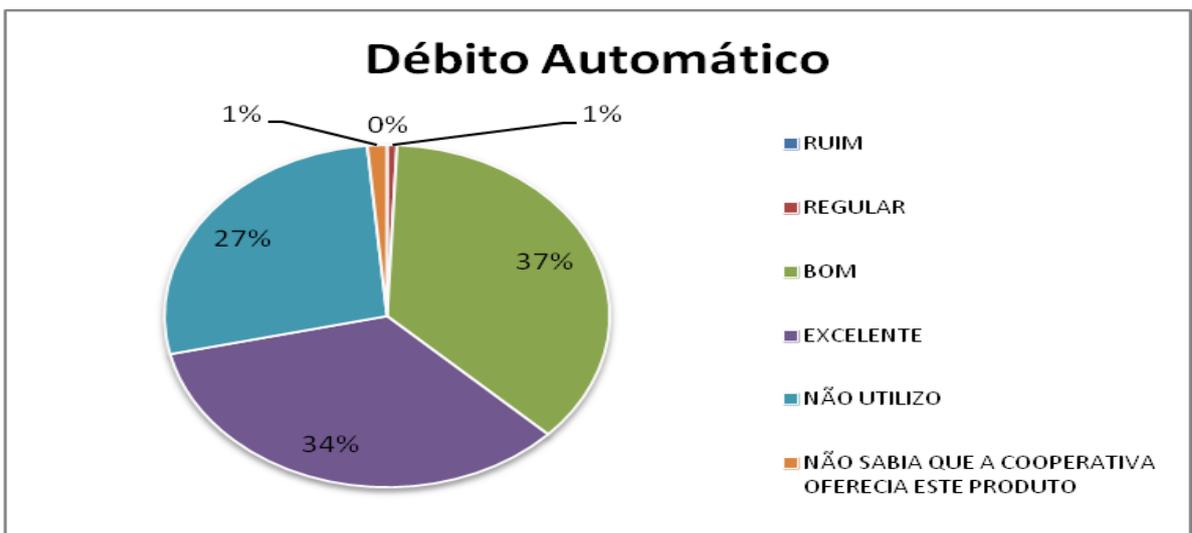


Gráfico nº 25- Avaliação do Produto Débito Automático

Dos entrevistados 34% utiliza de débito automático em sua conta, fornecido pelo SICREDI e o consideram excelente, 33% o consideram bom, 6% consideram regular, 1% não sabia que a cooperativa oferecia este produto, e 26% não utilizam este serviço que não tem custo algum para o associado e sim traz comodidade para pagamento de suas contas de consumo.

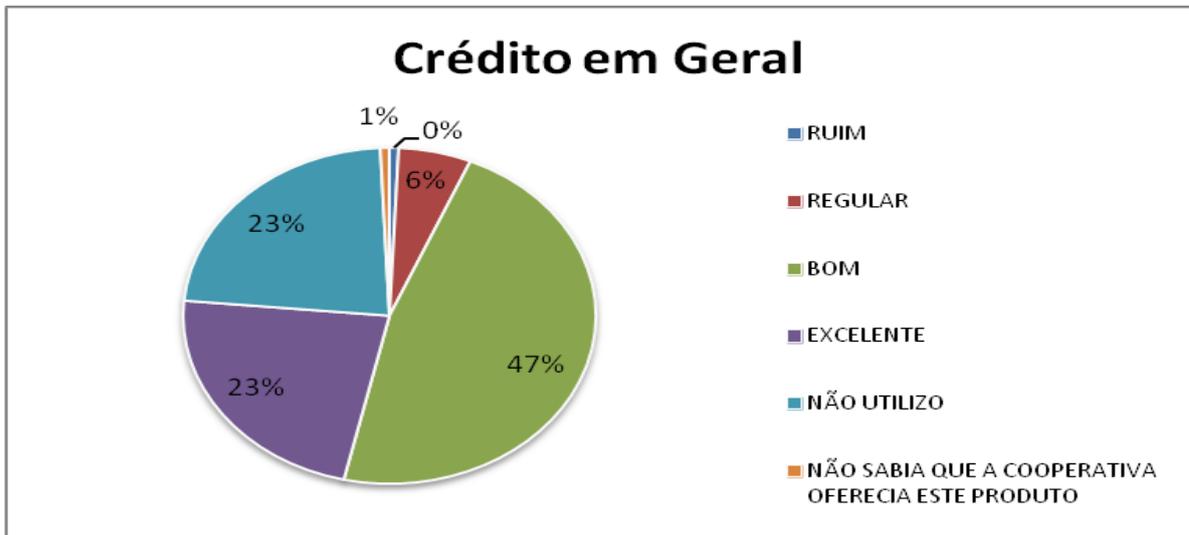


Gráfico nº 26- Avaliação do Produto Crédito em Geral

Dos entrevistados 47% são tomadores de crédito na cooperativa e avaliam o produto como bom, 23% como excelente, 6% como regular, 1% não sabia que a cooperativa oferecia este produto e 23% não utilizam deste produto na cooperativa.

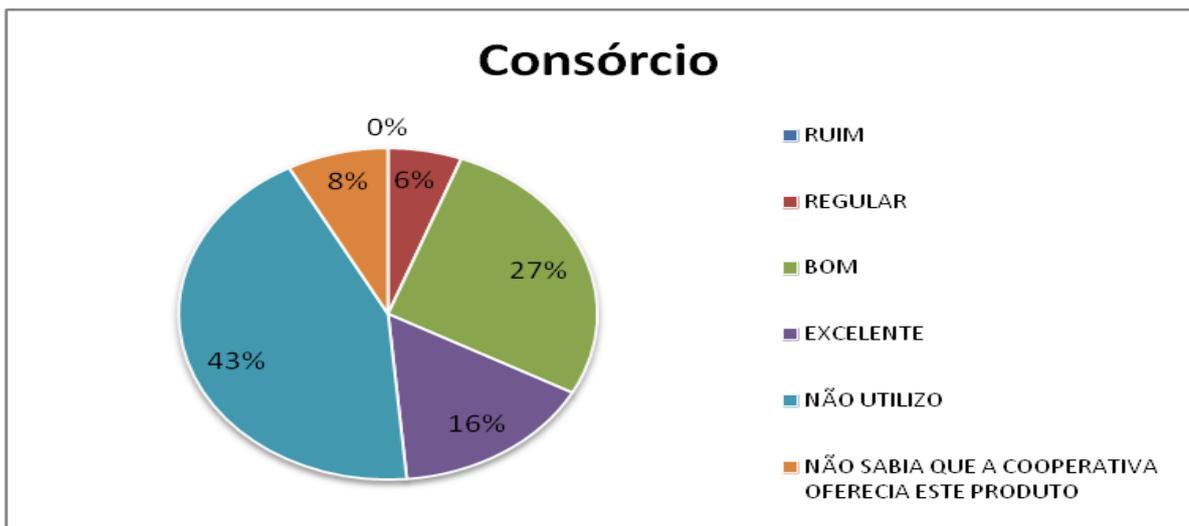


Gráfico nº 27- Avaliação do Produto Consórcio

Quanto a avaliação do produto consórcio temos 16% excelente, 27% bom, 6% regular, 43% não utiliza deste produto e 8% sequer sabia que a cooperativa oferecia este.

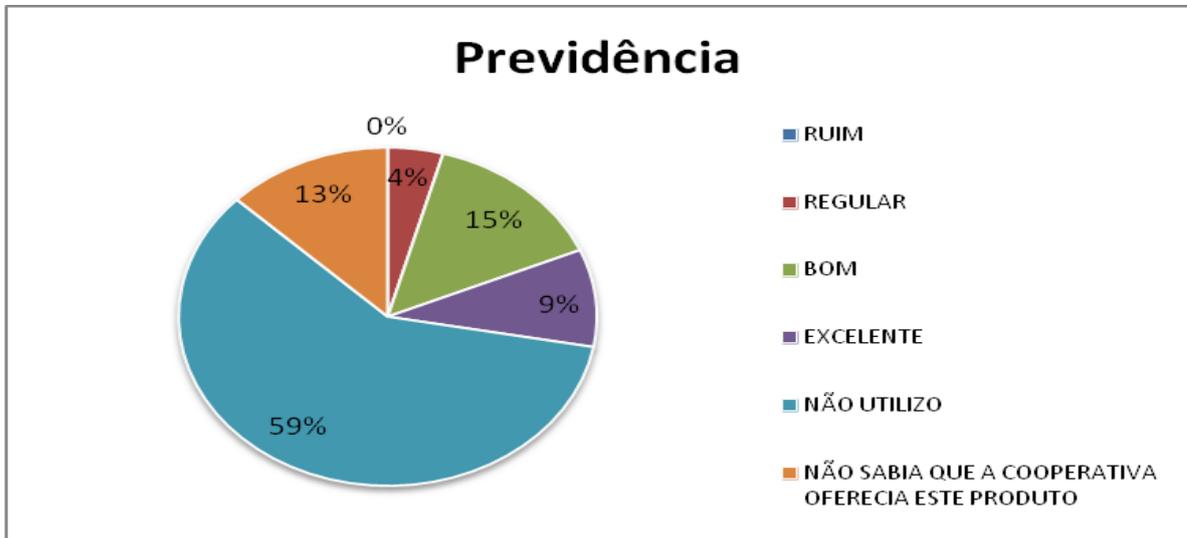


Gráfico nº 28- Avaliação do Produto Previdência

Dos entrevistados 59% não utilizam previdência privada, 15% dizem ser um produto bom, 9% excelente, 4% regular e 13% não sabia que a cooperativa oferecia este produto.

Identificamos que este é um produto pouco conhecido pelos entrevistados e ainda, pouco ofertado pela cooperativa pois a maioria dos entrevistados ou não utiliza ou não sabia da existência.

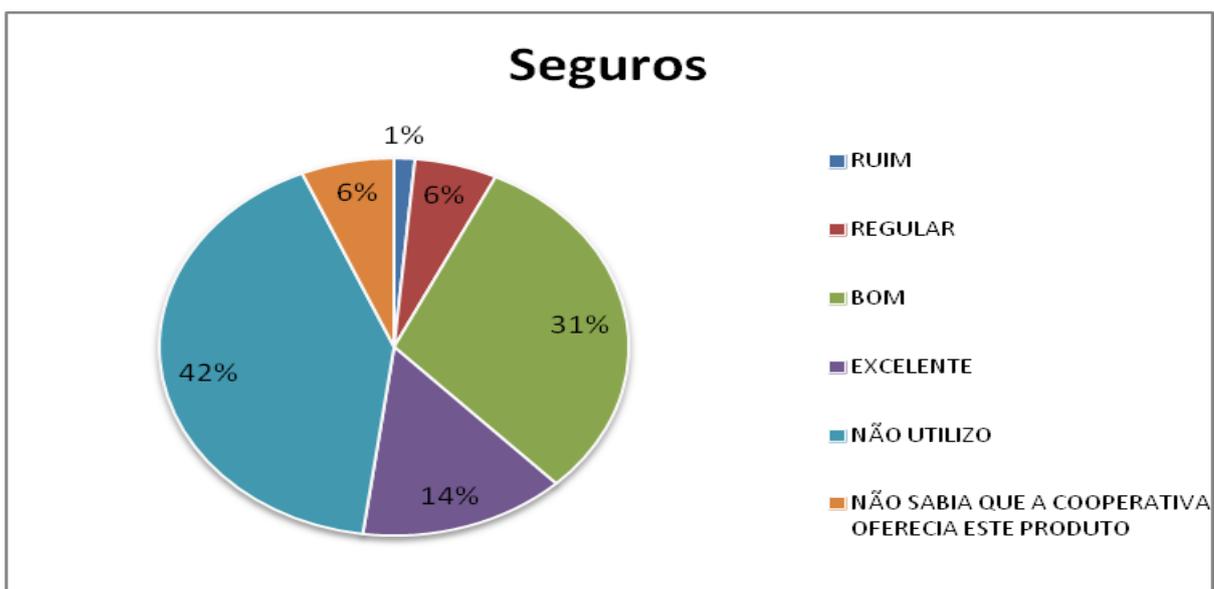


Gráfico nº 29- Avaliação do Produto Seguro

Os seguros oferecidos pela cooperativa foram avaliados como excelente por 14% dos entrevistados, bom por 31%, regular por 6%, ruim por 1%, ainda a porcentagem dos que não utilizam este produto é de 42% e 6% não sabia que a cooperativa oferecia este produto.

Percebemos aqui que ainda há uma grande porcentagem de associados que não utilizam o produto seguro ofertado pela cooperativa, muitas vezes possuem este produto em bancos comerciais devido a falta de informação, costume, ou até mesmo não por não saber que a cooperativa trabalha com este produto

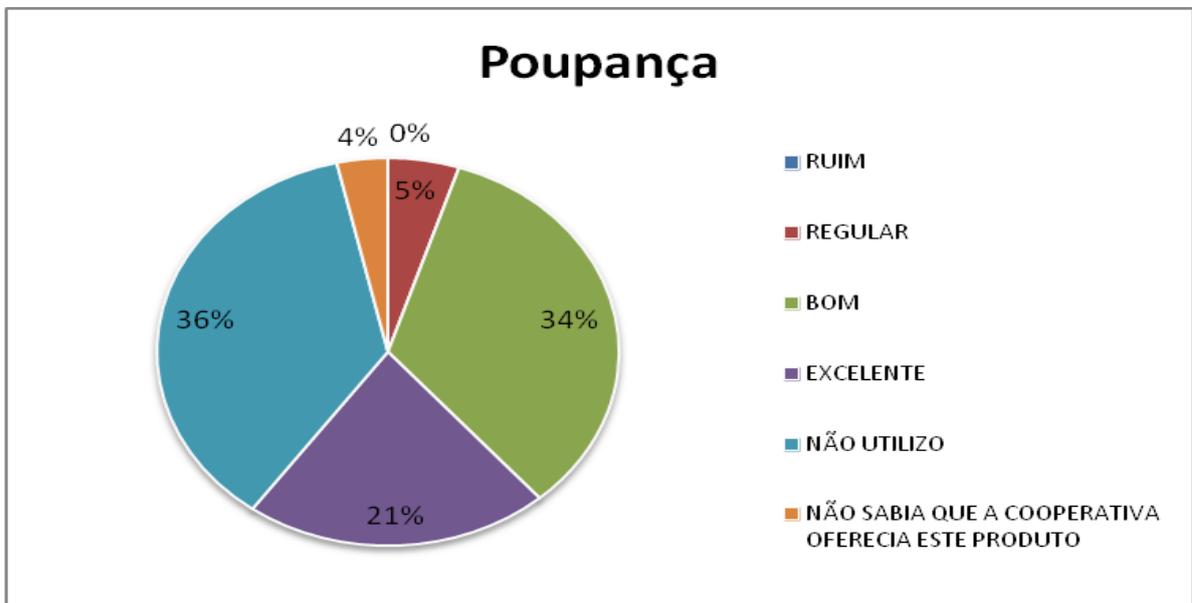


Gráfico nº 30- Avaliação do Produto Poupança

A Poupança oferecida pela cooperativa foi avaliada como excelente por 21% dos entrevistados, boa por 34%, regular por 5% , 36% dos entrevistados não utilizam este produto e 4% não sabia que a cooperativa oferecia este produto.

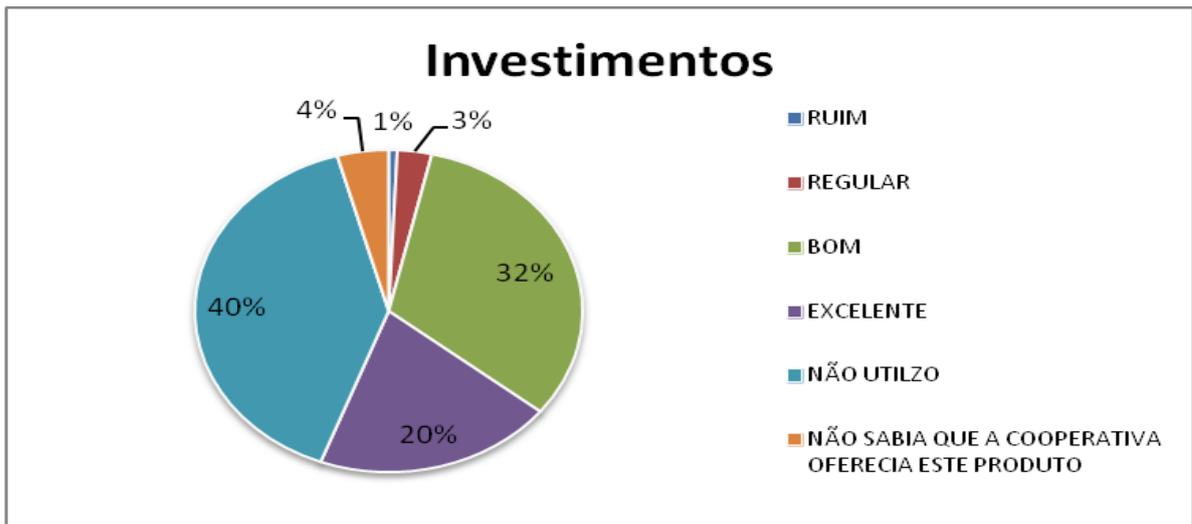


Gráfico nº 31- Avaliação do Produto Investimento

O produto Investimento, ou seja aplicações financeiras diferente de poupança oferecido pela cooperativa foi avaliado como excelente por 20% dos entrevistados, bom por 32%, regular por 3%, ruim por 1%, 4% disseram não saber que a cooperativa oferecia este produto e 40% não utilizam o mesmo.

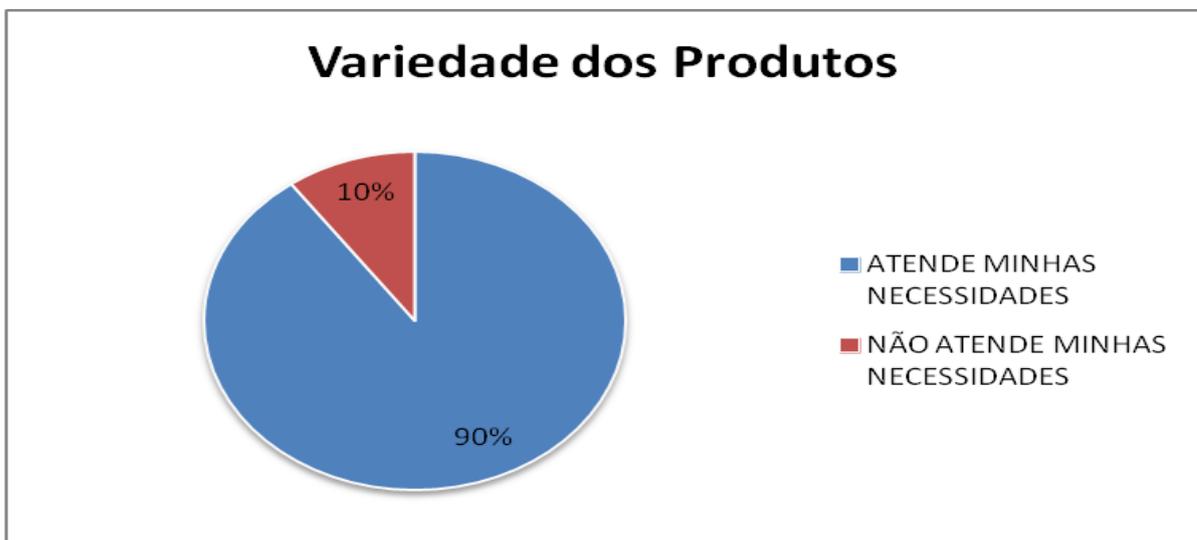


Gráfico nº 32- Avaliação sobre a Variedade dos Produtos ofertados

Em geral perguntamos se os produtos e serviços oferecidos pela cooperativa supriam as necessidades dos entrevistados e 90% disseram que sim, que tudo o que buscam é encontrado na cooperativa e 10% disse que não, que precisa de outras instituições para que sua demanda seja atendida em sua totalidade.

Nesta questão identificamos que a maioria das pessoas entrevistadas diz ter tudo o que precisa dentro da cooperativa o que comprova também a ideia inicial

levantada na hipótese deste trabalho que uma Cooperativa de Crédito possui tudo o que um Banco Comercial tem.

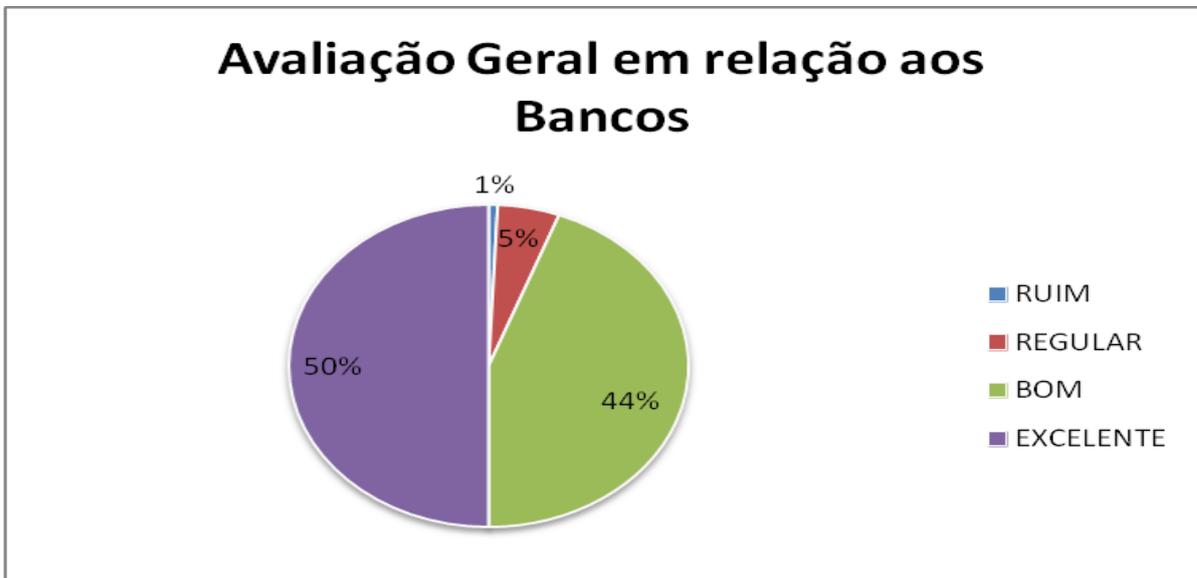


Gráfico nº 33- Avaliação Geral em relação aos bancos

Esta questão mostra a avaliação entre a cooperativa e um banco comercial sendo que 50% consideram a cooperativa excelente, 44% consideram bom, 5% regular e apenas 1% considera ruim. Aqui podemos verificar que a cooperativa é bem vista ao ser comparada a um banco.

Dos 140 entrevistados apenas 1 diz estar insatisfeito com a Cooperativa a avaliando como Ruim, isto demonstra que a Cooperativa está no caminho certo, está conseguindo alcançar um conceito elevado entre seus associados.

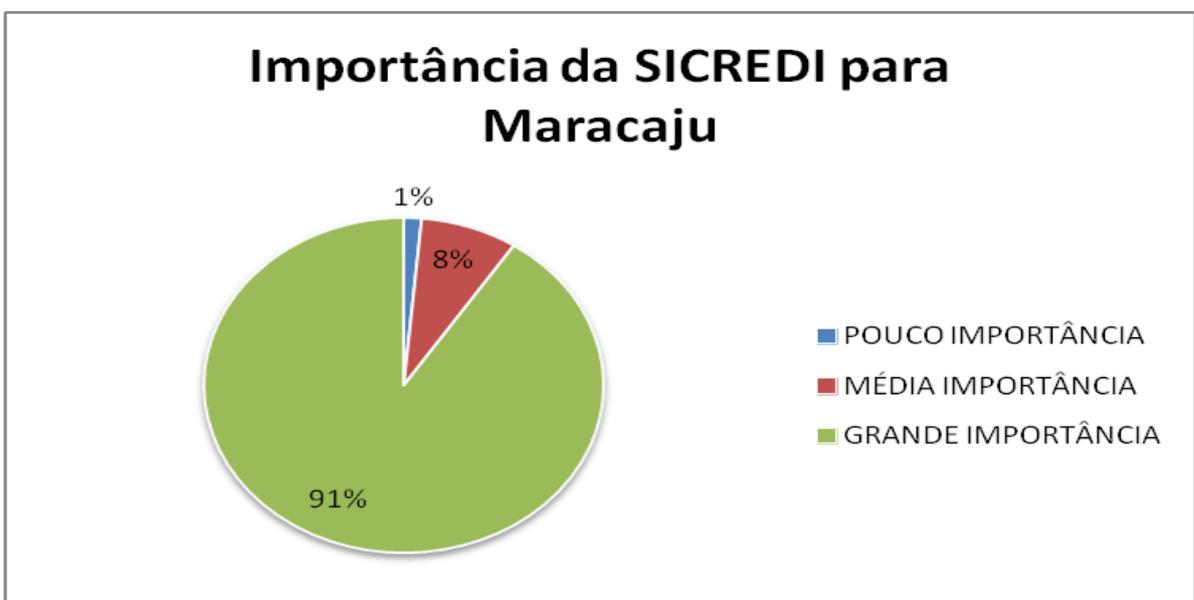


Gráfico nº34- Importância da Sicredi para Maracaju

A importância de se ter uma cooperativa de crédito na cidade de Maracaju foi avaliada como de grande importância por 91% dos entrevistados, 8% disseram ser de média importância e apenas 1% disse ser pouco importante.

A grande maioria dos entrevistados diz que a Cooperativa é muito importante para Maracaju, o que nos remete que eles compreendem a importância do Cooperativismo dentro de uma localidade, que o Cooperativismo é desenvolvimento sustentável.

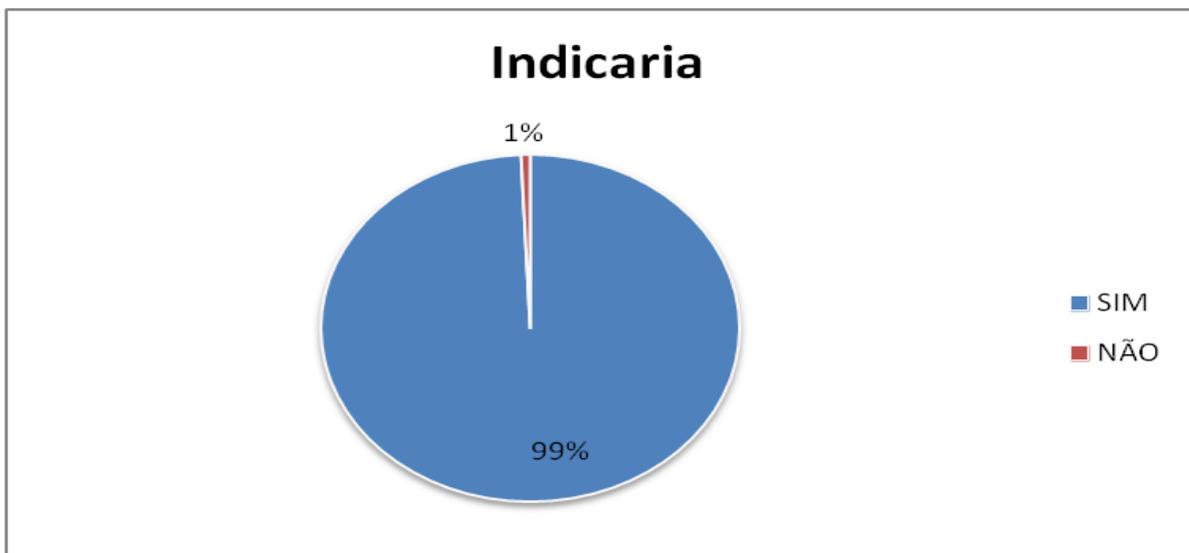


Gráfico nº 35 – Indicação da Sicredi para abertura de novas contas

Ao perguntarmos se o entrevistado indicaria a cooperativa de crédito SICREDI em Maracaju para abertura de novas contas, para conhecidos seus vir a associar-se 99% disse que sim e 1% disse que não indicaria. O que nos mostra o grande grau de satisfação com o serviço oferecido pela mesma.

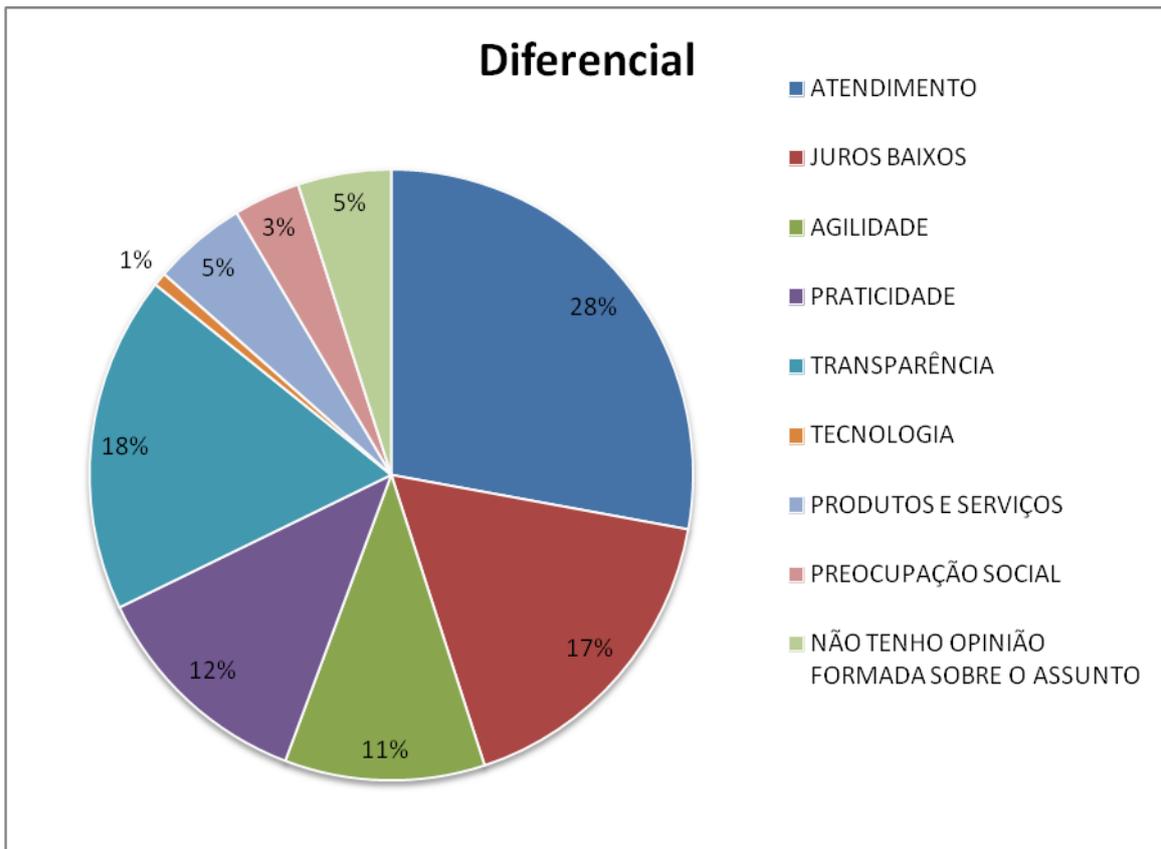


Gráfico nº 36- Diferencial da Cooperativa em relação aos Bancos

Chegamos a nossa última questão a ser analisada e podemos dizer que se não a mais importante uma das. Nesta questão procuramos identificar qual o grande diferencial para o associado de sua cooperativa, o que o faz permanecer nela, o que ele vê como especial.

Apresentamos nove opções de resposta como sendo o diferencial da cooperativa sendo elas: Atendimento, Juros Baixo, Agilidade, Praticidade, Transparência, Tecnologia, Produtos e Serviços, Preocupação Social e Não tenho opinião formada sobre o assunto.

Dos entrevistados 28% consideram o atendimento como diferencial, 17% os juros praticados serem menores que em bancos, 11% a agilidade nas operações, 12% a praticidade oferecida pela cooperativa, 18% a transparência com que a cooperativa trabalha, 1% a tecnologia que a cooperativa dispõe, 5% os produtos e serviços oferecidos, 3% a preocupação social da cooperativa e 5% disseram não ter opinião formada sobre o assunto.

Com estes índices um ponto a ser ressaltar é que o que importa para os associados é a forma como são tratados, como são atendidos, pois em questões ante-

riores avaliaram a cooperativa muito bem e a tecnologia oferecida por esta nem sempre está equiparada a dos bancos, mas isto não a torna inferior.

A última questão foi aberta a sugestões ou críticas, a maioria não deixou registro. Dos registros encontrados podemos observar elogios variados a respeito do atendimento realizado na unidade de atendimento pelos colaboradores. Houve críticas em relação à internet não ser liberada para uso dos associados, quando muitas vezes necessitam para fazer transações dentro da unidade.

Também houve crítica em relação ao estacionamento, por não ter vagas disponíveis nos horários de atendimento bancário. Dos 140 entrevistados apenas uma pessoa disse que não recomendaria o Sicredi para abertura de novas contas, demonstrando estar insatisfeita com os serviços prestados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao chegarmos à fase conclusiva deste trabalho podemos salientar que o objetivo do mesmo foi alcançado que era de demonstrar as diferenças entre uma cooperativa de crédito e um banco comercial e que os associados da Cooperativa de Crédito Sicredi em Maracaju encontram-se satisfeitos com os serviços prestados comprovando a hipótese levantada no início deste.

Através do levantamento dos dados dos questionários foi possível comprovar que há um grande nível de satisfação entre os associados da SICREDI em Maracaju. Este nível de satisfação também é percebido em outras cooperativas, como é o caso da CREMENDES no Rio de Janeiro onde os autores do trabalho “A Influência do Cooperativismo de Crédito na Região Sul Fluminense: Um Estudo de Caso da Cooperativa de Crédito de Mendes” – NAMI, M. R. P.; VENTURA, L. da S.; MIRANDA, T. N. analisaram o nível de satisfação dos associados.

Quando questionados sobre a Importância da Cooperativa para a Região Sul Fluminense- apenas 1% achou regular e nesta pesquisa a porcentagem foi de 1% também. Quando realizado um comparativo entre Cooperativa e Banco Comercial 1% achou regular quando nesta a porcentagem foi de 1% para ruim e 5% regular.

Quando avaliado qual o diferencial em uma Cooperativa de crédito: 23% dos Cooperados da CREMENDES avaliaram o atendimento como o maior diferencial da cooperativa, 17% escolheram os juros mais baixos, 15% optaram pela rapidez, 13% pela transparência, 12% pela eficiência, 11% pela praticidade e 9% pelos serviços.

Já nesta pesquisa realizada em Maracaju 28% consideram o atendimento como diferencial, 17% os juros praticados serem menores que em bancos, 11% a agilidade nas operações, 12% a praticidade oferecida pela cooperativa, 18% a transparência com que a cooperativa trabalha, 1% a tecnologia que a cooperativa dispõe, 5% os produtos e serviços oferecidos, 3% a preocupação social da cooperativa e 5% disseram não ter opinião formada sobre o assunto.

Como podemos notar os níveis de satisfação são parecidos e também o grande diferencial das Cooperativas de crédito é o atendimento pessoal, sendo este o foco para amenizar as possíveis desvantagens em relação aos bancos como limites de créditos inferiores ou montante menor de recursos repassados pelo Governo.

Formadas por pessoas , as cooperativas não possuem fins lucrativos, tendo os sócios como proprietários, que têm poderes de gestão e participação direta na tomada das decisões, quanto ao rumo da cooperativa e participação direta sobre sobras ou prejuízos. Desta forma, não possui a cooperativa interesse próprio, pois quem define o rumo da mesma são os próprios associados e usuários da cooperativa.

Podemos observar que em países desenvolvidos, às Cooperativas de Crédito possuem uma parcela significativa na atuação do sistema financeiro. No Brasil, ainda não se tem essa mesma realidade, aonde muitas vezes, por desconhecimento de boa parte da população, as cooperativas de credito são “rotuladas” como sendo mais um banco, não se conhecendo seu diferencial.

Em contraponto as Cooperativas de Crédito, os Bancos Comerciais são sociedades de capital, tendo como finalidade principal a obtenção de lucros. Frente a este fato, os clientes não possuem poderes quanto a gestão desta instituição, que na condição de meros clientes, são apenas usuários dos produtos e serviços que lhes são disponibilizados, remunerando os bancos através do pagamento de juros e taxas consideravelmente elevados, ficando o lucro direcionado a um número estrito de acionistas.

Diante a tais fatos, cabe destacar as vantagens dos associados das Cooperativas de Crédito frente aos clientes dos Bancos Comerciais, pois os cooperados participam de maneira ativa no caminho a ser tomado pela cooperativa, possuindo a seu dispor taxas de juros mais baixos, pois nas cooperativas não há o objetivo do lucro. E ainda contam com o retorno das sobras para cada um dos associados.

Neste sentido a importância de despertar na população o interesse por esta forma alternativa de acessos a recursos financeiros, a fim de que seja possível cada um alcançar seus objetivos de uma maneira sustentável, sob a forma de cooperação e solidariedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRÃO, Nelson, **Direito Bancário**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2009,

ASSOCIAÇÃO, Capital Social e Desligamento, Manual Disponível em <<https://aprende.sicredi.com.br>> Acesso em 20/09/2014.

Banco de Dados Cidades@, Disponível em <<http://cod.ibge.gov.br/9YS>>. Acesso em : 06 de out. de 2015.

BULGARELLI, Waldírio. **As Sociedades cooperativas e sua disciplina jurídica**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

BULGARELLI, Waldirio. **O regime jurídico das sociedades cooperativas**. São Paulo: Pioneira, 1965.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL, **Art. 4º da Lei 5.764/71**, que define a Política Nacional do Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências.

\_\_\_\_\_. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/con1988/index.htm>>. Acesso em: 25 de jun. de 2015.

**COOPERATIVISMO de Crédito supera Sistema Financeiro Nacional em 2013**, Disponível em <<http://easycoop.com.br/Noticias/View.aspx?id=26292>> Acesso em: 16/09/2014.

**Cooperativas de crédito e seus impactos sociais**. Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/pre/microfinancas/arquivos/horario\\_arquivos/trab\\_50.pdf](http://www.bcb.gov.br/pre/microfinancas/arquivos/horario_arquivos/trab_50.pdf)>. Acesso em: 23 de set. 2015.

**Cooperativismo de Crédito**. Disponível em: <[http://www.sicredi.com.br/conheca\\_cooperativismo\\_credito.html](http://www.sicredi.com.br/conheca_cooperativismo_credito.html)>. Acesso em 23 de set. de 2015.

DIEHL, Astor Antonio. Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

**Estatuto para o banco público estabelecido em virtude do alvará de 12 de outubro de 1808**. Disponível em: <<http://newtonthaumaturgo.blogspot.com.br/2009/12/banco-do-brasil-tem-denominacao-em-1808.html>>. Acesso em 01 de out. de 2015.

FRANKE, Walmor. **Direito das sociedades cooperativas**. São Paulo: Saraiva, 1973.

GUTIERREZ, José Paulo(org). **Cooperativismo Agropecuário- Tendências atuais no Agronegócio**. Campo Grande: Editora UCDB, 2004.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971**. Disponível em: <<http://www.jucespbauru.com.br/cooperativa/cooperativa.htm>>. Acesso em: 25 jun. de 2015.

\_\_\_\_\_. **LEI No 6.404, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1976**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l6404compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404compilada.htm)>. Acesso em 25 jun. de 2015.

**Market Share das Cooperativas de Crédito por Estado**. Disponível em <http://cooperativismodecredito.com.br/news/wp-content/uploads/2011/02/Market-Share-das-Cooperativas-de-Cr%C3%A9dito-por-Estado.jpg> acesso em 20/10/2015.

MEINEN, Ênio; DOMINGUES, Jeferson Nercolini; DOMINGUES, Jane Aparecida Stefanos (Org.). **Cooperativas de crédito no direito brasileiro**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2002a.

**Os 7 Princípios universais que regem o cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.cooperativismodecredito.com.br/PrincipiosCooperativos.html>>. Acesso em 28 abr. 2015.

PAGNUSSATT, Alcenor. **Guia do Cooperativismo de Crédito- Organização, Governança e Políticas Corporativas**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto,2004.

PINHO, Diva Benevides. **O Cooperativismo no Brasil**. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

PINHEIRO. Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de Crédito História da Evolução Normativa no Brasil**. 5. ed. Brasília: BCB 2007

POLONIO, Wilson Alves. **Manual das sociedades cooperativas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

**Relatório Anual Banco do Brasil**. Disponível em <http://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/ri/pt/dce/dwn/4T14DemoContJM.pdf> acesso em 04/10/2015.

\_\_\_\_\_. **RESOLUÇÃO Nº 2099**. Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1994/pdf/res\\_2099\\_v25\\_L.pdf](http://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1994/pdf/res_2099_v25_L.pdf)>. Acesso em 25 de jun. de 2015.

ROSENTAL, Claude; FRÉMONTIER-MURPHY, Camille. **Introdução aos métodos quantitativos em ciências humanas e sociais**. Porto Alegre: Instituto Piaget, 2001.

SCHNEIDER, José Odelso(org). **Educação Cooperativa e suas práticas**. Brasília: SESCOOP, 2003.

SCHARDONG. Ademar. **Cooperativa de Crédito** Instrumento de Organização Econômica da Sociedade. Porto Alegre: Rigel, 2002.

SISTEMA SICREDI, Disponível em <<http://cooperativismodecredito.coop.br>> acesso em 20/09/14

## APÊNDICE I



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE MARACAJU  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Questionário aplicado pela aluna Silvana Ines Bilibio para obtenção do Título de Bacharel em administração pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS, como exigência do Curso de Administração sob orientação do professor Miguel Ângelo Batista dos Santos.

**Solicitamos sua opinião sobre os itens abaixo sem ser necessária sua identificação:**

### **Perfil do Associado**

#### **1- Idade**

1. ( ) Menos que 30
2. ( ) 31 a 50
3. ( ) 51 a 65
4. ( ) Mais que 65 anos

#### **2- Sexo**

1. ( ) Masculino
2. ( ) Feminino

#### **3- Renda**

1. ( ) Até R\$ 2.000,00
2. ( ) De R\$ 2.001,00 à R\$ 5.000,00
3. ( ) De R\$ 5.001,00 à R\$ 10.000,0
4. ( ) Acima de R\$ 10.000,00

#### **4- Você tem conhecimento sobre Cooperativismo?**

1. ( ) Não
2. ( ) Pouco
3. ( ) Médio
4. ( ) Avançado

#### **5- Você possui conta em outra Instituição Financeira?**

1. ( ) Sim
2. ( ) Não

**6- Tempo de Associação**

1. ( ) Menos de 1 ano
2. ( ) De 1 ano à 5 anos
3. ( ) De 5 anos à 10 anos
4. ( ) De 10 anos à 20 anos
5. ( ) Há mais de 20 anos

**Nível de Satisfação em relação às Instalações****7- Localização**

- 1.( ) Ruim. 2.( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**8- Estacionamento**

- 1.( ) Ruim. 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**9- Climatização**

- 1.( ) Ruim. 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**10- Iluminação**

- 1.( ) Ruim. 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**11-Layout**

- 1.( ) Ruim. 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**Nível de Satisfação em relação aos Canais de atendimento E Atendimento Pessoal****12- Caixa Eletrônico**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente 5. ( ) Não Utilizo

**13- Internet**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente 5. ( ) Não Utilizo

**14- Caixa**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente 5. ( ) Não Utilizo

**15- Atendimento telefônico**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente 5. ( ) Não Utilizo

**16-Qualificação dos Colaboradores**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**17- Número de Colaboradores**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**18- Cordialidade dos Colaboradores**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**19-Agilidade no Atendimento**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**20-Motivação dos Colaboradores**

- 1.( ) Ruim 2. ( ) Regular 3. ( ) Bom 4. ( ) Excelente

**Nível de Satisfação em relação à Precificação e Serviços utilizados**

**21-Como você avalia as taxas praticadas na Cooperativa?**

1. ( ) Ruim    2. ( ) Regular    3. ( ) Bom    4. ( ) Excelente    5. ( ) Não utilizo

**22-Condições de Pagamento:**

1. ( ) Ruim    2. ( ) Regular    3. ( ) Bom    4. ( ) Excelente    5. ( ) Não utilizo

**23-Em relação às taxas praticadas no mercado:**

1. ( ) As do SICREDI são maiores
2. ( ) As do SICREDI são menores
3. ( ) Não tenho informação a respeito

**24-Em relação à Variedade de Produtos e Serviços você diria que a Cooperativa:**

1. ( ) Atende as minhas Necessidades
2. ( ) Não atende as minhas necessidades

**Dos itens abaixo qual você utiliza no SICREDI e qual sua avaliação de cada um deles:**

**25- Cartão de crédito:**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**26- Débito Automático**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**27- Crédito Geral**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**28- Consórcio**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**29- Previdência**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**30- Seguros**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**31- Poupança**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**32- Investimento**

1. ( ) Ruim
2. ( ) Regular
3. ( ) Bom
4. ( ) Excelente
5. ( ) Não utilizo
6. ( ) Não sabia que a Cooperativa oferecia este produto

**33-Em relação aos Bancos Comerciais qual avaliação você faz da Cooperativa?**

- 1.( ) Ruim    2. ( ) Regular    3. ( ) Bom    4. ( ) Excelente

**34- O que você atribui como diferencial para as Cooperativas de Crédito?**

Marque 1 alternativa apenas:

1. ( ) Atendimento
2. ( ) Juros Baixo
3. ( ) Agilidade
4. ( ) Praticidade
5. ( ) Transparência
6. ( ) Tecnologia
7. ( ) Produtos e Serviços
8. ( ) Preocupação Social
9. ( ) Não tenho opinião formada sobre o assunto

**35- Qual a importância da Cooperativa SICREDI para Maracaju?**

1. ( ) Pouco Importância
2. ( ) Média Importância
3. ( ) Grande Importância

**36- Você indicaria a SICREDI para abertura de novas contas?**

1. ( ) Sim
2. ( ) Não

**37- Deixe neste espaço uma sugestão, crítica, elogio ou relato de uma experiência que possa contribuir para melhorias dentro da Cooperativa.**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Maracaju, Setembro de 2015.