

## RESPONSABILIDADE SOCIAL NO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO EM NOVA PETRÓPOLIS/RS

### SOCIAL RESPONSIBILITY IN CREDIT COOPERATIVISM IN NOVA PETRÓPOLIS/RS

### RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL COOPERATIVISMO DE CREDITO EN NOVA PETRÓPOLIS/RS

Carla Cristiane Ferreira<sup>1</sup>  
Marcos Paulo Dhein Griebeler<sup>2</sup>

#### RESUMO

Resultados da prática de responsabilidade social para a imagem da organização serão colhidos se a sociedade tiver clareza e compreensão das ações. O objetivo do artigo foi analisar a percepção da comunidade de Nova Petrópolis/RS em relação à adoção de práticas socialmente responsáveis desenvolvidas por uma instituição financeira cooperativa. Uma pesquisa quantitativa descritiva, utilizando a técnica de levantamento de campo, por meio da aplicação de um questionário estruturado com perguntas fechadas e de múltipla escolha foi enviada por meio eletrônico. Os dados obtidos de seiscentas e nove respostas foram submetidos a uma análise interpretativa relacionando o problema de pesquisa com os resultados. O termo “Responsabilidade Social” não é desconhecido pela comunidade estudada que reconhece sua importância, embora existam oportunidades para aumentar o esclarecimento. Existe reconhecimento das práticas de responsabilidade social da instituição avaliada e isso agrega valor para a imagem da organização na visão da comunidade de Nova Petrópolis/RS.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social. Cooperativismo de Crédito. Balanço Social.

#### ABSTRACT

A society with clarity and understanding of the results of social responsibility can bring results for organizations. The article's objective was to analyze the perception of the community of Nova Petrópolis/RS concerning the adoption of socially responsible practices developed by a cooperative financial institution. Quantitative descriptive research, using the field survey technique, through the application of a structured questionnaire with closed and multiple-choice questions was sent by electronic means. The data obtained from six hundred and nine responses were submitted to an interpretative analysis relating to the research problem. The term “Social Responsibility” is not unknown to the studied community that recognizes its importance, although there are opportunities to increase clarification. There is recognition of the evaluated

<sup>1</sup>Pós-graduada em Gestão de Cooperativas. Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT). Taquara, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [cacrifer@gmail.com](mailto:cacrifer@gmail.com). ORCID: 0000-0001-8289-4375.

<sup>2</sup>Doutor em Desenvolvimento Regional pela UNISC. Professor do Mestrado em Desenvolvimento Regional das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT). Taquara, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [marcosdhein@faccat.br](mailto:marcosdhein@faccat.br) ORCID: 0000-0001-7193-2620.

institution's social responsibility practices, which adds value to the organization's image in the vision of the community of Nova Petrópolis/RS.

**Keywords:** Social Responsibility. Credit Cooperatives. Social Balance.

## RESUMEN

Resultados de la práctica de responsabilidad social para la imagen de la organización han de ser cosechados si la sociedad tener clareza y comprensión de las acciones. El objetivo del artículo fue analizar la percepción de la comunidad de Nova Petrópolis/RS con relación a la adopción de las prácticas socialmente responsables desarrolladas por una institución financiera cooperativa. Una pesquisa cuantitativa descriptiva, utilizando la técnica de levantamiento de campo, por medio de la aplicación de un cuestionario estructurado con preguntas cerradas e de opción múltiple fue enviada por medio electrónico. Los datos adquiridos de seiscientas y nueve respuestas se sometieron a un análisis interpretativo relacionando el problema de pesquisa con los resueltos. El término “Responsabilidad Social” no es desconocido por la comunidad estudiada que reconoce su importancia, aunque existan oportunidades para aumentar el esclarecimiento. Existe reconocimiento de las prácticas de responsabilidad social de la institución evaluada y eso agrega valor para la imagen de la organización en la visión de la comunidad de Nova Petrópolis/RS.

**Palabras-clave:** Responsabilidad Social. Cooperativismo de Crédito. Balance Social.

**Como citar este artigo:** FERREIRA, Carla Cristiane; GRIEBELER, Marcos Paulo Dhein. Responsabilidade social no cooperativismo de crédito em Nova Petrópolis/RS. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, ed. esp. 2 (Dossiê Cooperativismo), p. 155-178, 27 maio 2022. DOI:

[https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2\(DossieCooperativismo\).3714](https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2(DossieCooperativismo).3714)

**Artigo recebido em:** 01/05/2021

**Artigo aprovado em:** 29/04/2022

**Artigo publicado em:** 27/05/2022

## 1 INTRODUÇÃO

Uma organização nunca será uma iniciativa isolada. Toda organização, seja ela econômica ou não, interage com o meio em que está inserida, gerando impactos positivos ou negativos e transformando de alguma maneira o ambiente, a história e os entes que se relacionam com ela. De Luca *et al.* (2009) esclarece que os elementos que tornam possível a interação entre organização e sociedade são os investidores, fornecedores, financiadores, consumidores, empregados, Estado e meio ambiente.

Dias (2012) expõe que existe uma relação direta entre Responsabilidade Social (RS) e as mudanças e transformações que ocorrem no mundo envolvendo as organizações. As empresas estão inseridas integralmente na sociedade, o que provoca uma interação com as pessoas, com as demais instituições e suas representações. Essa relação se dá com as empresas como protagonistas dos acontecimentos ou como atores recebedores de influências econômicas,

socioculturais e ambientais. O autor também explica que por trás do termo responsabilidade social estão os princípios de ética e sustentabilidade, alicerçados sobre um conjunto de ações e compromissos voluntários que canalizam energias para redução dos impactos gerados pela organização. É a busca constante do equilíbrio entre os resultados financeiros e econômicos gerados pelas empresas com tudo o que se relaciona com elas (recursos naturais, pessoas, instituições, sociedade).

Diante de um cenário consolidado de inter-relação entre organização e sociedade é natural que se busque uma reflexão do papel de cada parte na vida das pessoas e do planeta. É nesse fórum de debates que surge a questão da Responsabilidade Social e, a partir desse momento, é avaliada a razão de existência de empresas e negócios que deixam de ser vistas como iniciativas particulares de geração de riqueza e passam a ser consideradas instrumentos de desenvolvimento. Surge o questionamento: se uma organização, em especial, uma cooperativa de crédito, praticar a Responsabilidade Social, isto será percebido pela sociedade como um diferencial?

O estudo aqui apresentado é uma forma de analisar a percepção que a comunidade de Nova Petrópolis possui em relação à adoção de práticas socialmente responsáveis desenvolvidas por uma Instituição Financeira Cooperativa do município. Buscou-se verificar a compreensão e a importância que os participantes da pesquisa atribuem à Responsabilidade Social, seu conhecimento sobre os programas já implantados, finalizando com sugestões de estratégias que colaboram com a divulgação das ações que são realizadas.

Por se tratar de uma organização que tem por essência o equilíbrio entre o social e econômico, conforme aborda Fundação Sicredi (2014), é possível que algumas pessoas façam um pré-julgamento que uma cooperativa naturalmente pratique a responsabilidade social. Talvez essa interpretação possa estar presente até mesmo nas entranhas de organizações cooperativas. A verdade é que praticar Responsabilidade Social deveria ser um compromisso de toda sociedade em todos os âmbitos de sua existência. Afinal, tudo na Terra está à disposição para todos. Mas esse todos vai além dos seres humanos. Estão inclusos todos os seres vivos em todos os tempos da história e, por isso, temos que utilizar os recursos com responsabilidade social.

Praticando a Responsabilidade Social a organização já se beneficia promovendo a sustentabilidade de seu negócio, a inter-relação saudável com a sociedade e o zelo por seus recursos humanos e ambientais. Mas isso também pode ser um fator agregador de valor para imagem da empresa, para a fidelização de seus clientes e para fortalecimento de sua marca. Para tanto, se foi cumprido o que foi prometido, é importante que a sociedade saiba disso. Para uma cooperativa a Responsabilidade Social pode ser mais um benefício entregue ao associado reforçando os vínculos e estimulando o ato cooperativo. O associado pode ser convocado a colaborar com a sociedade por meio de sua cooperativa pela simples ação de utilizar os produtos e serviços da organização a qual ele se associou. Mas para que esse resultado seja efetivo é importante que o quadro social e também os não associados (que se relacionam com a cooperativa e podem ser atraídos por esta causa) tenham consciência das ações sociais implantadas. Avaliar o nível de sensibilização da sociedade em relação às políticas de Responsabilidade Social aplicadas pela Cooperativa estimula o processo de evolução do desenvolvimento das estratégias de comunicação entre a organização e a sociedade.

Após elucidar elementos e fazer conexões entre cooperativismo e responsabilidade social através da revisão de literatura, este artigo apresenta a metodologia empregada que foi baseada na técnica de levantamento de campo. Entrega uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa que conduz o leitor a refletir se a série de iniciativas sociais praticadas pela instituição objeto do estudo realmente chega ao conhecimento do associado e também do não associado. Mais do que isso. Convida-o a avaliar se a Cooperativa em questão consegue se fazer reconhecida como socialmente responsável e finaliza com análises que demonstram oportunidades importantes e serem aproveitadas pela organização em questão.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

É desejável que a sociedade perceba a organização cooperativa por si só como uma opção por responsabilidade social. Nesse assunto, essas organizações podem mais e, geralmente, fazem mais. Tem um vínculo essencial com esse tema, pois são sociedades de pessoas e não de capital. E são feitas para as pessoas conforme pode ser evidenciado ao longo da história (MEINEN; PORT, 2012).

### 2.1 COOPERATIVISMO

Segundo a International Co-Operative Alliance (ICA, 2020), o registro mais antigo de uma cooperativa vem da Escócia, a Sociedade Fenwick Weavers. Tal iniciativa é fruto da união de 16 tecelões e seus aprendizes (em março de 1761). Esses profissionais perceberam através de suas atividades rotineiras que a junção de esforços poderia representar um ganho de competitividade. As negociações de compra e venda passaram a ser discutidas entre os membros e nesse debate o conceito de “preço justo” era um dos alicerces. Além de se preocupar com a compra e venda lançaram olhar para o acesso ao crédito de seus membros por meio da criação de um fundo com a finalidade de conceder empréstimos para investimentos de maior avulso. Ações de caridade para com os mais humildes através de doações também ocorriam e, mais tarde, houve a decisão de usar recursos da coletividade para comprar alimentos que seriam revendidos (uma espécie de modalidade de consumo) e os lucros gerados seriam revertidos para os fundos. Além disso, existem registros de atividades sociais cooperativas como a criação e montagem de uma biblioteca na sua aldeia, a intercooperação com os maçons e a união com a Sociedade Amiga, que resultou na construção de uma Escola em 1812. Colaboraram com a fundação de uma Sociedade de Emigração em 1839 e em 1846 promoveram um evento com as falas do ex escravo norte americano Frederick Douglass sobre as injustiças da escravidão (FWS, 2020).

O cooperativismo moderno tem suas origens na Revolução Industrial. Em 1844, em Rochdale, distrito de Lancashire, próximo a Manchester, na Inglaterra, um grupo de 27 tecelões e uma tecelã fundaram a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale (Rochdale Society of Equitable Pionners), uma cooperativa de consumo com o objetivo de unir forças perante a Revolução Industrial, que apresentava um cenário de baixos salários, desemprego, pobreza, ampliação das desigualdades sociais e concentração de renda. Ao reunirem seus escassos recursos e trabalhando juntos sem empregados, com responsabilidades e resultados compartilhados, os probos pioneiros inauguraram o armazém cooperativo oportunizando o

consumo e a venda de produtos de qualidade com preços acessíveis pois compravam sem atravessadores e em quantidade (HOLYOAKE, 2001).

Além de operações comerciais, a Sociedade dos Pobros Pioneiros visava o bem comum do grupo envolvido na cooperativa. Criaram várias instituições como a “Sociedade de previdência para casos de enfermidade e de socorros para funerais” em 1860, proporcionando pensões aos sócios doentes e auxílio aos funerais e a “Sociedade para a construção de casas econômicas” com a finalidade de comprar terrenos e construir casas para os sócios. Em 1867, trinta e seis casas foram construídas.

Em 1849, organizaram a seção de educação, administrada por onze membros. Em conjunto, os cooperados organizaram uma biblioteca. Em 1850 inauguraram uma escola para crianças e em 1853 aprovaram em reunião que 2,5% dos lucros líquidos fossem dedicados à educação geral, o que possibilitou custear despesas com professores. Também organizaram conferências gratuitas sobre temas científicos em salões da cidade e bolsas de estudo para estudantes pobres. É muito claro, por meio do registro de seus princípios nos estatutos gerais, condições de igualdade social, fraternidade e ajuda mútua prevaleceram entre os pioneiros.

Os primeiros registros de cooperativas de crédito são evidenciados na Alemanha, nos anos de 1852 e 1864. Foram fundadas cooperativas de créditos urbanas por Schulze e cooperativas de crédito rurais por Raiffeisen. Friedrich Wilhelm Raiffeisen foi fundador do Fundo de Empréstimos de Heddesdorf, instituindo o sistema de crédito cooperativo rural moderno. Tal iniciativa batizou a forma de trabalho de instituições cooperativas afins de Modelo Raiffeisen. Tais ideais desembarcaram no Brasil com o padre suíço Theodor Amstad, que era jesuíta (MEINEN; PORT, 2014).

Amstad era um incentivador do associativismo e do cooperativismo cujo conhecimento foi colhido em viagens por toda a Europa. Ao longo do tempo, o jesuíta percebeu que o atendimento espiritual era apenas uma das carências da comunidade. Ele começou a promover a reflexão de assuntos relacionados a finanças, saúde, segurança e educação. Sua atuação foi tão forte que, durante os encontros católicos de 1899, na cidade de Feliz/RS os participantes já discutiam a necessidade de criação de asilos, hospitais, sindicatos, escolas e cooperativas. Um dos resultados é a criação, em 1900, do Bauerverein (Sociedade de Agricultores) e de uma reunião desta sociedade, em 28 de dezembro de 1902 em Nova Petrópolis/RS, foi criada a primeira cooperativa de crédito da América Latina, a Caixa de Economias e Empréstimos Amstad (PINHO; PALHARES, 2004). “Desde que cheguei ao Brasil, ocupava-me com plano de, neste belo e rico país, descobrir a modalidade de fundar uma verdadeira ação associativa, que fosse de utilidade comunitária” (AMSTAD, 2002, p. 182). Em função de sua contribuição cooperativista, a Lei nº 13.926, de 6 de dezembro de 2019 instituiu o Padre Theodor Amstad como patrono do cooperativismo brasileiro (BRASIL, 2019).

No Brasil, alguns autores como Andrioli (2020, p. 76) apontam para o fato histórico de que “os índios, que aqui viviam antes do período de colonização do Brasil, foram um exemplo de povo organizado, construindo civilizações com centralidade no coletivo, na busca do bem-estar ao conjunto de seus habitantes”. O mesmo autor (2020, p. 76) ainda menciona que, “[...] no Brasil, a origem do cooperativismo tem suas raízes nas comunidades indígenas, tendo os maiores registros históricos no período das reduções jesuíticas”.

A sociedade indígena jesuítica é vista como solidária e fundamentada no bem-estar da família e do indivíduo acima dos interesses econômicos. O trabalho dos padres jesuítas foi meramente de lapidação de uma característica já encontrada entre os habitantes nativos brasileiros conforme registros no Portal do Cooperativismo Financeiro (2020) e Fundação Sicredi (2014).

Os primeiros registros de cooperativas brasileiras nos moldes atuais vêm dos estados de Minas Gerais e São Paulo. Em 1889 acontece a fundação de uma cooperativa de consumo sob o nome de Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Após, em 1891. Na cidade São Paulo a Associação Cooperativa dos Empregados da Companhia Telefônica de Limeira. Já a partir de 1902 surgem as caixas rurais do modelo Raiffeisen, no Rio Grande do Sul (SOUZA, 2009).

A segurança jurídica das cooperativas brasileiras começa a ser moldada com a Lei Nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971 (BRASIL, 1971), esclarecendo diversos pontos duvidosos sobre a caracterização, operação e independência organizacional. No país, o movimento cooperativista é representado pelo Sistema OCB, composto pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop) e Confederação Nacional das Cooperativas (CNCoop) (SISTEMA OCB, 2020).

Um levantamento de dados de 2019 em 150 países do mundo aponta que 1,2 bilhão de associados estão vinculados a 3 milhões de cooperativas, que geram 280 milhões de postos de trabalho o que representa atuação direta no desenvolvimento das comunidades (SISTEMA OCB, 2019). No Brasil no ano de 2018 existiam em atividade 6.828 cooperativas dos diversos ramos de negócios com 14,6 milhões de cooperados que geravam 425,3 mil postos de trabalho. O segmento do crédito compreendia 9 milhões de pessoas em 95% dos municípios brasileiros, conforme o Anuário do Cooperativismo (SISTEMA OCB, 2019). O Estado do Rio Grande do Sul, sede da Capital Nacional do Cooperativismo cujo título foi conferido à Nova Petrópolis pela Lei Federal nº 12.205 de 19 de janeiro de 2010 (BRASIL, 2010) se apresenta como um guardião do espírito cooperativo com 2,97 milhões de associados em 444 cooperativas que geram 64,6 mil empregos. Os associados das cooperativas gaúchas representam 21,4% do total de associados brasileiros. O Cooperativismo gaúcho de crédito compreende 87 cooperativas com 2,1 milhões de associados e gera 10,8 mil empregos (SISTEMA OCERGS-SECOOP/RS, 2020). Os números do cooperativismo revelam o tamanho da participação deste segmento com alcance global e seus impactos na geração de renda e emprego.

## 2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E COOPERATIVAS

A força do cooperativismo brasileiro pode ser potencializada por meio de uma estratégia que resulta em ideias e ações práticas e são aplicadas com o objetivo de amenizar os impactos socioambientais ou gerar benefícios para todos os entes que mantêm relações com a organização, ou seja, sob a égide da Responsabilidade Social, conforme aborda Dias (2012). Para ser considerada socialmente responsável, a empresa deve desenvolver suas atividades econômicas com o máximo do seu potencial, mas não pode desconsiderar o meio em que está inserida, os efeitos de suas atividades sobre a sociedade e meio ambiente e o seu compromisso com a sustentabilidade de forma geral. Perseguini (2015) define responsabilidade social como

um segmento da estratégia da organização que desenvolve benefícios para as partes interessadas da empresa e reduz impactos negativos na sociedade decorrente da atuação econômica.

Perseguini (2015) também alerta que a criação de valor sob a ótica da RS vai muito além do produto ou serviço da empresa e passa a focar nas pessoas de dentro e de fora da organização, que incorpora o compromisso de prestar contas a todas as partes interessadas sobre o uso dos recursos limitados do planeta e os efeitos de suas atividades sobre a sociedade. Zenone (2006) complementa que a empresa socialmente responsável dá ouvidos a todas as partes de seu relacionamento e avalia como as demandas apresentadas podem ser atendidas pelo seu planejamento.

O Quadro 1, a seguir, apresenta seis características consideradas essenciais em RS.

Quadro 1 – Características essenciais de Responsabilidade Social

| <b>Responsabilidade Social</b>                    | <b>Características</b>  |
|---|---|
| Voluntariedade                                    | Práticas voluntárias que não ocorrem por força da lei.  |
| Internalização e gerenciamento das externalidades | Trazer para o interior da organização o gerenciamento dos efeitos positivos ou negativos que são produzidos externamente. |
| Orientação voltada para múltiplos interessados    | Considerar todos os stakeholders.   |
| Equilíbrio entre o interesse econômico e social   | A organização deve buscar um alinhamento entre seus objetivos econômicos e a responsabilidade social.                     |
| Práticas e valores                                | Definir práticas e valores que norteiam suas ações e servem como base de consulta para as estratégias.                    |
| Ir além da filantropia                            | RS não se trata apenas de ajudar os mais necessitados.  |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020) com base em Crane, Matten e Spence (2013) e Dias (2012).

É muito relevante esclarecer, principalmente no interior da organização, que existe diferenças importantes entre RS e ações sociais e filantrópicas. A RS é um conceito muito mais amplo e abrangente e determinadas ações sociais podem não ser caracterizadas como práticas estratégicas de organizações socialmente responsáveis. Considera-se que ação social é a destinação de recursos (de qualquer natureza) para projetos que atendem determinados grupos de pessoas desfavorecidas. Refere-se a ações não sistemáticas, realizadas de forma eventual e atendendo determinados grupos de pessoas, sem necessariamente estarem engajadas a uma gestão racional e com envolvimento global da organização. Chama-se a atenção também para o fato de essa filantropia social possuir caráter reativo a problemas sociais pontuais e basear-se de iniciativas paternalistas e de caridade (DIAS, 2012). Zenone (2006) esclarece que a filantropia é uma pequena parte do conceito de ser responsável socialmente e que, para atingir um estado pleno nesse tema, a organização precisa ir muito além disso.

O Quadro 2 descreve as características distintivas gerais e universais de Responsabilidade Social.

Quadro 2 – Características distintivas gerais e universais de Responsabilidade Social

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Adaptabilidade                | As políticas de RS devem ser adaptadas à realidade do meio em que são praticadas. |
| Transparência                 | Acesso livre e transparência de informações e meios.                              |
| Criação de valor              | Agregação de valor para os interessados da organização.                           |
| Transversalidade e integração | Envolvimento de todos os níveis da organização e todas as regiões de atuação.     |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Âmbito interno e externo       | Envolvimento de todos os interessados da organização, internos e externos. |
| Envolvimento dos trabalhadores | Olhar para o desenvolvimento dos recursos humanos da organização.          |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020) com base em Dias (2012).

Zenone (2006) defende que se a organização praticar a RS em sua plenitude estará empoderada suficientemente para produzir transformações significativas na sociedade por meio de ações concretas e eficientes no caminho da promoção da cidadania e os primeiros frutos colhidos serão a elevação da sua imagem e aceitação pela comunidade ou o que chamamos de licença social.

Estabelecer um estado de organização socialmente responsável implica em promover mudanças na cultura da organização, que deve passar a ter um comportamento proativo e dinâmico em relação às transformações que ocorrem ao seu redor. Essa organização assume um vínculo sério e permanente com a sociedade executando programas a médio e longo prazos baseados em princípios consolidados de sustentabilidade e desenvolvimento (DIAS, 2012).

Ao implantar práticas de responsabilidade social, a organização aceita rediscutir suas atitudes diárias internas e externas perante toda a sociedade independente da forma como se relaciona com seus entes (comercial, trabalhista, financeira, ambiental) adotando práticas permanentes.

De Luca *et al.* (2009) estudam a preocupação da sociedade em se relacionar com organizações que promovam o equilíbrio entre o pilar econômico e as questões sociais. Os autores destacam que esse interesse vem aumentando na população e é ainda maior no âmbito do cooperativismo, o que consideram natural, já que as organizações cooperativas se atentam para as necessidades econômicas e sociais de seus associados e, conseqüentemente, de todos que a cercam. Citam, na página 7, que “uma organização empresarial influencia, direta ou indiretamente, o progresso econômico e social da comunidade onde está inserida, e essa influência estende-se para toda a sociedade”.

O interesse da sociedade sob os aspectos de RS fez surgir o conceito de licença social. A licença social é a aprovação por parte da sociedade, não documentada, intangível e não permanente para que determinada organização opere. Não é documento legal nem concedida por nenhuma organização, mas tem sido levada cada vez mais em consideração por empresas socialmente responsáveis. Essa aprovação da sociedade é muito dinâmica e está baseada nas crenças, opiniões e percepções das pessoas da comunidade na qual a organização está inserida. As empresas buscam continuamente a renovação dessa licença, mostrando com suas ações e posicionamentos que é uma organização com preocupação social (DIAS, 2012).

Traços fortes das estratégias que uma organização socialmente responsável apresenta são encontrados nas cooperativas. Schneider, Hendges e Silva (2010) abordam que as cooperativas são organizações capazes de unir os interesses econômicos e sociais de determinado grupo de pessoas através da comunhão de esforços em favor da geração de renda e trabalho de forma sustentável e com vistas a promoção do bem-estar de todos. A este movimento intitulado de cooperativismo servem de alicerces valores como solidariedade, equidade, igualdade, honestidade, transparência entre outros.

As atividades de organização verdadeiramente cooperativa se orientam por seus sete princípios, a saber: 1) Adesão voluntária e livre; 2) Gestão democrática; 3) Participação



econômica dos membros; 4) Autonomia e Independência, 5) Educação, formação e informação; 6) Intercooperação e 7) Interesse pela comunidade (MEINEN; PORT, 2012). Esse conjunto é responsável pela identidade de uma cooperativa e a forma como funciona (ICA, 2020). “Os princípios cooperativistas são as linhas orientadoras através das quais as cooperativas levam à prática os seus valores” (MEINEN; PORT, 2012, p. 31).

Ao analisar o sétimo princípio do cooperativismo, interesse pela comunidade, nota-se que as organizações cooperativas promovem uma simbiose entre si e a sociedade em que estão inseridas, não apenas dos seus associados diretos, mas da população em geral, promovendo um sentimento de pertencimento. Meinen e Port (2012, p. 42) afirmam que “as cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros”.

Conforme a Fundação Sicredi (2014), as cooperativas de crédito têm papel relevante no desenvolvimento econômico e social de suas comunidades, indo muito além do que simplesmente colocar a moeda em circulação e isto é uma característica que vem desde a fundação das primeiras cooperativas. Uma pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) analisou dados do IBGE com indicadores econômicos de todas as cidades do Brasil, estabelecendo as diferenças entre as que tinham e as que não tinham cooperativas de crédito no período entre 1994 e 2017. O resultado foi expressivo: os municípios atendidos por instituições financeiras cooperativas possuem PIB 5,6% maior, 6,2% mais empregos formais e 15,7% mais estabelecimentos comerciais que os demais (FIPE, 2019).

O ano de 2012 foi declarado pela Organização das Nações Unidas (ONU) como Ano Internacional das Cooperativas o que demonstra a relevância mundial do modelo. Na oportunidade, Roberto Rodrigues, ex-presidente da Aliança Cooperativa Internacional destacou o mérito das cooperativas em receber essa distinção da ONU, já que o surgimento do cooperativismo está intimamente ligado ao combate à desigualdade social (FUNDAÇÃO SICREDI, 2014).

Por princípio as cooperativas de todo o mundo investem em ações por suas comunidades. No Brasil essa responsabilidade ganhou força legal com a criação do Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social (FATES) que prevê a destinação de, no mínimo, 5% das sobras líquidas para ações voltadas às pessoas (OCB, 2020; BRASIL, 1971). A obrigação legal do FATES conduziu as cooperativas para um novo patamar de envolvimento com suas comunidades.

### 2.3 BALANÇO SOCIAL

Uma Cooperativa que pratica RS precisa continuamente analisar e comunicar suas ações. O Balanço Social é a ferramenta de divulgação anual dos atos de RS que uma organização realiza ao longo daquele ano. É um retrato das ações com a comunidade e um instrumento muito relevante enquanto estratégia de avaliação e divulgação do exercício de responsabilidade de uma empresa, fortalecendo as relações com a sociedade impactada (IBASE, 2020). O primeiro Balanço Social brasileiro foi publicado pela estatal baiana Nitrofértil, em 1984, inclusive com uma versão em formato de literatura de cordel. Nos dois anos seguintes, a Ultrafértil e a Eucatex também adotam a estratégia, seguidos da Telebrás. Em

1986, o Comitê de Divulgação do Mercado de Capitais patrocina a edição do primeiro Balanço Social Setorial (DIAS, 2012).

Zenone (2006) expõe que o Balanço Social deve apresentar indicadores que demonstrem amplitude e a dimensão que a organização alcança com RS de forma a explicitar a qualidade que suas ações promovem, a produtividade obtida, os impactos e as desigualdades que são reduzidas, as oportunidades que são criadas e a influência exercida no meio ambiente. Ou seja, o Balanço Social deve ser sólido e representar o movimento constante que a organização promove com todas as partes interessadas.

Gelbcke *et al.* (2018) explicam que o Balanço Social está alicerçado em quatro vertentes sendo elas o Balanço Ambiental, o Balanço de Recursos Humanos, a Demonstração do Valor Adicionado e Benefícios e as Contribuições à Sociedade em Geral. A união destes pilares gera o que chamamos de Balanço Social e é apresentado, de certa forma, como uma contrapartida da organização para com o meio em que a mesma está inserida, apesar de não ser componente legalmente obrigatório.

No segmento Ambiental do Balanço, a organização apresenta sua relação com o meio ambiente relacionando números e ações aplicadas em prol da preservação da natureza, recuperação de espaços degradados, redução dos impactos gerados por sua atuação econômica e o atendimento à legislação vigente. Já o Balanço de Recursos Humanos faz uma análise da postura da entidade em relação à força de trabalho ocupada, gerando um extrato do perfil dos trabalhadores em termos de idade, sexo, escolaridade entre outros. Esse balanço também pode conter dados relativos à remuneração média e os benefícios concedidos aos empregados. Engloba também, o que é considerado de extrema importância, investimentos realizados em benefício das pessoas vinculadas à empresa e suas famílias, como áreas de lazer, centros de saúde, investimento em educação e espaços públicos (GELBCKE *et al.*, 2018).

Outro instrumento de extrema relevância do Balanço Social é a Demonstração do Valor Adicionado, que destaca a participação da organização no desenvolvimento socioeconômico da sua região de atuação com agregação de valor, geração de renda e distribuição da riqueza gerada, o que é analisado nos textos de Santos e Hashimoto (2003). O fechamento do Balanço Social pode contemplar seu último elemento, que trata das Contribuições à Sociedade em Geral, apresentado por Gelbcke *et al.* (2018) como a evidência da participação da organização com ações e/ou campanhas que promovam o bem-estar geral da sociedade como incentivos a entidades assistenciais e filantrópicas, defesa dos bens culturais e ajuda a necessitados.

Em resumo, o Balanço Social é um demonstrativo da instituição para com a sociedade de forma a justificar sua existência como uma troca de energias geradoras de desenvolvimento sustentável, conforme apresentam Gelbcke *et al.* (2018). Pinto e Ribeiro (2004) acrescentam que não existe um padrão de formatação do Balanço Social e, sim, um objetivo que é o de compartilhar com a sociedade a postura da empresa em relação ao meio em que está inserida.

De Luca *et al.* (2009) destacam que a empresa deve lançar um olhar de reflexão para si mesma a fim de internalizar que não se trata apenas de organização mercantil isolada geradora de riqueza para determinados proprietários, mas sim de uma célula da sociedade ricamente ligada ao meio externo que, por sua vez, deve prestar contas de sua contribuição na comunidade.

Diante do que foi exposto é salutar que a organização perceba o Balanço Social como instrumento divulgador das ações de comprometimento social utilizando-o com propósito de

prestação de contas para a sociedade e também como base de dados num processo contínuo de auto avaliação. Isso fortalece os vínculos com a comunidade e colabora para o aprimoramento das práticas organizacionais em busca da Responsabilidade Social.

### 3 METODOLOGIA

O objetivo deste estudo foi analisar a percepção da comunidade de Nova Petrópolis/RS em relação a práticas socialmente responsáveis desenvolvidas por uma Instituição Financeira Cooperativa que atua no município. A metodologia utilizada quanto aos objetivos foi de uma pesquisa descritiva. Para Prodanov e Freitas (2009), a pesquisa descritiva compreende os fatos observados, registrados, analisados, classificados e interpretados sem interferência do autor.

Em relação aos procedimentos técnicos, foi adotada a técnica de levantamento de campo. Malhotra (2011) esclarece que essa técnica é baseada em questionários respondidos por um grande número de pessoas, em que são aplicadas várias questões. O acesso às pessoas participantes pode ser realizado por entrevista pessoal, telefone, correio e de forma eletrônica. O autor cita como vantagens desse método a facilidade, a confiabilidade e a simplificação. Como desvantagens são citadas a distância entre pesquisador e participante e, principalmente, possível relutância em responder às questões.

Quanto à forma e o método de abordagem a pesquisa foi quantitativa. Com base em Oliveira (1997) o método quantitativo é tido como adequado para utilização em pesquisas descritivas já que essa metodologia analisa a relação entre causa e efeito. O universo da coleta de dados foi a comunidade de Nova Petrópolis/RS. Foram utilizadas amostras não-probabilística por conveniência que, conforme explica Prodanov e Freitas (2009), é uma forma de amostragem em que a pesquisa é feita nos elementos que o pesquisador tem acesso e estes são considerados representativos do universo.

Como instrumento de coleta de dados a pesquisa adotou um questionário estruturado composto por onze perguntas fechadas e de múltipla escolha, apresentando alternativas limitadas e também uma série de respostas possíveis conforme modelo sugerido por Prodanov e Freitas (2009), enviado por meio eletrônico utilizando a plataforma Typeform.

Ao iniciar o preenchimento do questionário eletrônico o participante foi conduzido a uma tela contendo informações de que se tratava de uma participação voluntária e que poderia a qualquer momento declinar de sua decisão. Também recebeu a informação de que a pesquisa era totalmente anônima e que o mesmo tinha direito assegurado de sanar dúvidas sobre os riscos e benefícios de sua participação a qualquer momento. O participante pôde escolher entre duas opções. Ao clicar em “Não concordo em participar da pesquisa” imediatamente o questionário eletrônico se deu por encerrado. Ao clicar em “Concordo em participar da pesquisa”, o usuário foi conduzido para uma segunda tela que questionou se ele desejava receber contatos do pesquisador e do professor orientador para sanar possíveis dúvidas com duas opções de escolha. Ao clicar em “Não desejo receber os contatos do pesquisador e do professor orientador”, iniciou-se imediatamente a pesquisa. Ao clicar em “Desejo receber os contatos do pesquisador e do professor orientador” foram abertos campos para que o participante registrasse e-mail e/ou telefone para envio dos contatos. O questionário foi aplicado entre 22 de setembro e 10 de outubro de 2020, obtendo 609 respostas.

Os dados obtidos através da plataforma Typeform foram analisados por meio de gráficos gerados pela própria ferramenta e exportados para planilhas do Microsoft Excel. A análise dos dados foi interpretativa, buscando a relação do problema de pesquisa com os resultados obtidos na coleta de dados realizada através do questionário aplicado aos indivíduos da comunidade de Nova Petrópolis/RS. Gil (2008) aborda a análise de dados como um forma de organização dos mesmos com objetivo de gerar informação ao ponto de permitir a interpretação, o que possibilita chegar em um sentido mais amplo a respeito do que foi respondido.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE NOVA PETRÓPOLIS – RS

A delimitação geográfica cuja atuação da IFC foi avaliada é o município de Nova Petrópolis, que está localizado na encosta superior da Região Serrana do Nordeste do Rio Grande do Sul, a 100 quilômetros da capital do estado, Porto Alegre. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), possui uma população estimada de 21.536 habitantes, com área territorial de 291,29 km<sup>2</sup> e densidade demográfica de 65,38 habitantes/km.

Em termos de desenvolvimento humano, o município se destaca, ocupando o 1º lugar entre os gaúchos e 11º lugar nacional no quesito longevidade e 14ª posição no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Rio Grande do Sul, o que lhe confere atualmente o título de cidade mais longeva do Estado, com expectativa de vida de 78,4 ano. O IDH 2010 de Nova Petrópolis está classificado como Desenvolvimento Humano Alto, com o indicador alcançando 0,780 impulsionado pela expectativa de vida (0,890), renda (0,799) e educação (0,688). (IBGE, 2010). O município também se destaca pelo Índice de Vulnerabilidade Social (IVS) que em 2010 foi pontuado em 0,115 o que o classifica como vulnerabilidade muito baixa e é o 15º melhor indicador do Brasil (IVS, 2020).

Detentora do título de Capital Nacional do Cooperativismo (BRASIL, 2010), Nova Petrópolis é referência no assunto e solo fértil para iniciativas de fomento à cooperação, ostentando monumentos, roteiro histórico, memoriais e eventos representativos. A fundação da Casa Cooperativa de Nova Petrópolis (CCNP), em 2011, uniu entidades e simpatizantes com objetivo de estimular ainda mais a cultura do cooperativismo na região (CCNP, 2020).

### 4.2 A PRIMEIRA COOPERATIVA DE CRÉDITO DA AMÉRICA LATINA

A Instituição Financeira Cooperativa (IFC) participante do estudo foi fundada em 28 de dezembro de 1902, na localidade de Linha Imperial, Nova Petrópolis, Rio Grande do Sul, baseada no modelo alemão Raiffeisen e liderada pelo jesuíta Theodor Amstad, sendo a primeira cooperativa de crédito da América Latina (FUNDAÇÃO SICREDI, 2014). Atua de forma ininterrupta desde sua fundação e atualmente mais de 155 mil associados atendidos em 40 agências nos 21 municípios da sua área de atuação (regiões das Hortênsias, Serra e vales dos rios Caí e dos Sinos) (SICREDI PIONEIRA, 2020a, 2020c). É uma das 108 cooperativas de crédito do Sistema Sicredi, que possui mais de 4,8 milhões de associados em 1,9 mil agências

instaladas em 23 estados do Brasil e no distrito federal. Possui como essência o interesse pelo desenvolvimento das comunidades em que atua (SICREDI, 2020). Édio Spier, que presidiu por 37 anos a IFC declarou que a mesma teve participação direta no desenvolvimento local construindo estradas e linha telefônica a fundo perdido e financiando a construção de igrejas, asilos, escolas e hospitais. O dinheiro depositado pelo associado que tinha sobra de recursos se transformava em crédito para quem precisava investir, em grande parte, agricultores (FUNDAÇÃO SICREDI, 2014).

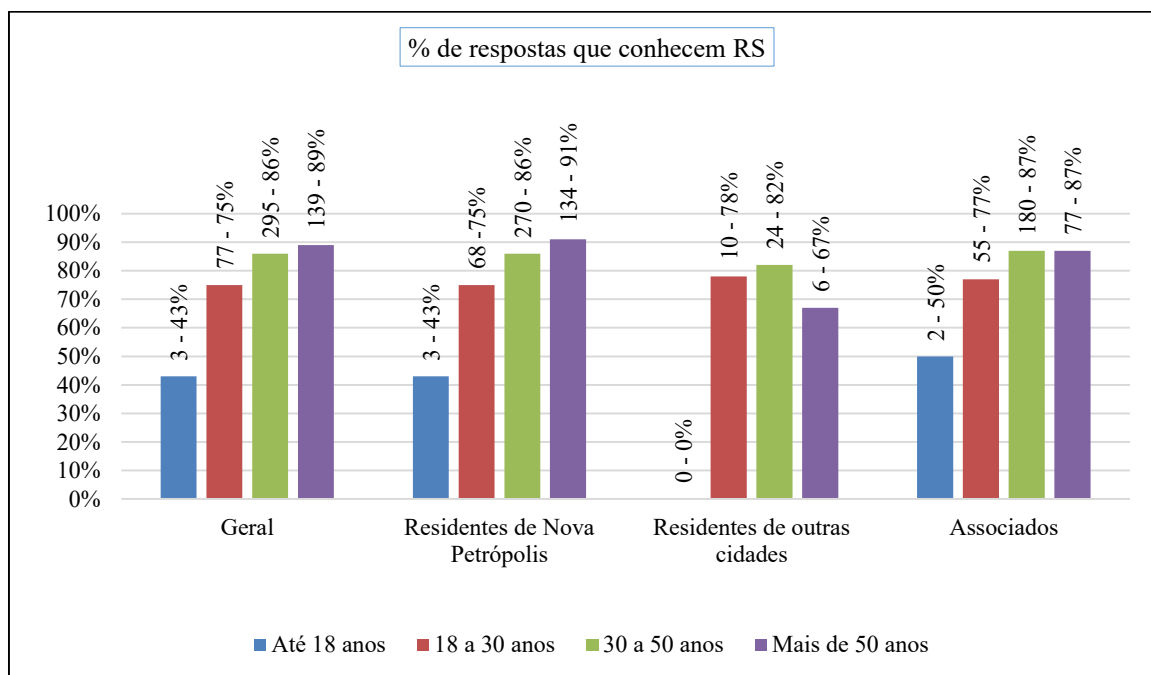
Uma revisão das ações desenvolvidas com a comunidade oferece mais subsídios da postura de responsabilidade social da IFC. O Programa A União Faz a Vida desenvolve estratégias pedagógicas que permeiam o ambiente escolar com participação de assessores especializados, alunos e professores por meio de metodologia própria; Programa Bolsa de Estudo: concede bolsas de estudo para associados em cursos técnicos de agropecuária e meio ambiente; Programa Comitê Mulher: conjunto de ações desenvolvidas com mulheres associadas promovendo equidade de gênero e empoderamento feminino; Conselho Jovem: desenvolvimento de lideranças jovens na Cooperativa e comunidade; Fundo Social: destinação de parte das sobras da Cooperativa para projetos apresentados pela comunidade de cunho cultural, educacional e esporte inclusivo; Estímulo a profissionalização de agricultores: subsídio financeiro para cursos de capacitação de agricultores no Centro Regional de Formação Profissional de Agricultores de Nova Petrópolis; Programa Sucessão Rural Familiar: programa de estímulo a sucessão em famílias de agricultores associados; apoio ao Projeto Vôlei: projeto de incentivo ao esporte em conjunto com outras entidades parceiras; Programa Educação Financeira: ações de educação financeira com os associados; Programa Cooperativas Escolares: desenvolve o cooperativismo e associativismo na prática entre alunos de escolas públicas e privadas (SICREDI PIONEIRA, 2020b, 2020d, 2020e, 2020f, 2020g, 2020h).

#### 4.3 COMPREENSÃO E IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A pesquisa Responsabilidade Social no Cooperativismo de Crédito em Nova Petrópolis/RS obteve 609 respostas, das quais 92% são participantes residentes no município de Nova Petrópolis/RS, o que representa 2,6% da população da comunidade alvo do estudo. Inicialmente buscou-se definir como o respondente se declara quanto ao conhecimento em relação à Responsabilidade Social (RS). O número de respostas que se declararam sabedores sobre o assunto alcançou 84% quando comparado ao total de questionários respondidos. Os residentes de Nova Petrópolis apresentaram número semelhante com 85% de respostas afirmativas contra 78% dos moradores de outras cidades. Segmentando essa questão entre os novapetropolitanos associados da Instituição Financeira Cooperativa (IFC) que é avaliada pelo estudo, o percentual sobe para 91% de declarados conhecedores de RS.

Quando considerada a faixa etária dos respondentes observa-se, conforme apresentado pelo Gráfico 1, que quanto maior a idade do participante, maior o seu nível de conhecimento sobre RS. Isso ocorre de forma semelhante entre as respostas gerais, dos novapetropolitanos, e dos associados da IFC, cujos gráficos apresentam curvas praticamente idênticas. Destaca-se a diferença dos respondentes não residentes de Nova Petrópolis, em que a faixa etária mais elevada não acompanhou a curva de crescimento quanto ao esclarecimento sobre o assunto.

Gráfico 1 – Percentual de respostas positivas sobre conhecimento de RS por faixa etária



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 609 respondentes

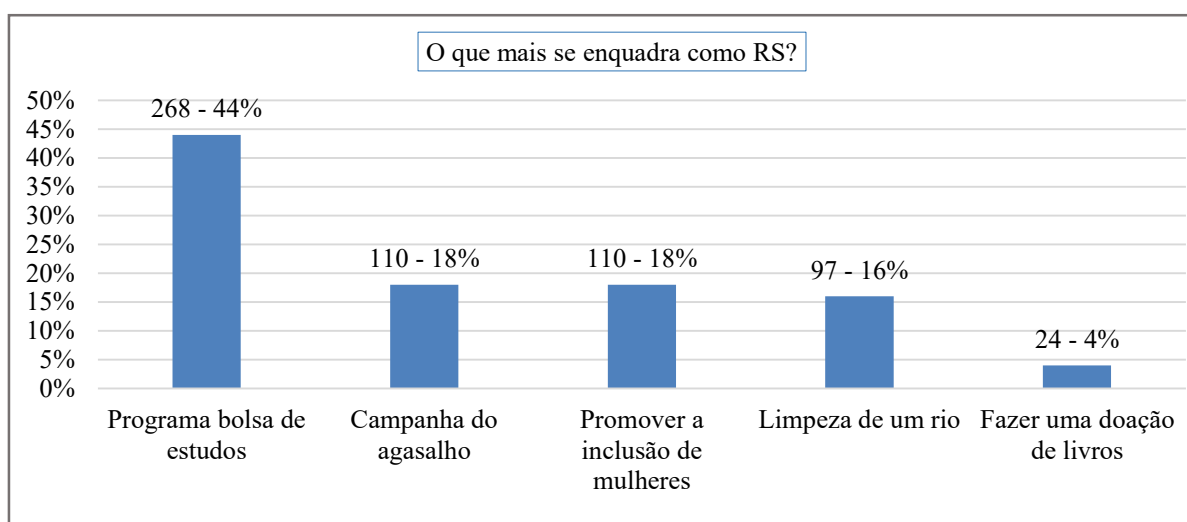
Um segundo questionamento buscou fazer uma relação entre o conhecimento das pessoas participantes e o que elas entendiam como práticas de RS. Para isso, foi solicitado que o respondente marcasse uma entre cinco alternativas. Todas as opções contemplavam ações que primam pelo bem coletivo. Além disso, mesclavam vários temas trabalhados por RS como preservação ambiental, educação, cultura, inclusão social, diversidade de gênero, distribuição de renda e atendimento à população em situação de vulnerabilidade. Ainda, a questão desafiava o respondente quanto a temporalidade das ações com alternativas praticadas de forma individualizada e única com outras, sistêmicas e continuadas.

Autores como Crane, Matten e Spence (2013) e Dias (2012) chamam a atenção para a qualificação das ações realizadas por uma organização no intuito de se reconhecer como socialmente responsável. As práticas devem ser definidas estrategicamente baseadas em princípios de coletividade, sustentabilidade, transparência, postura voluntária, caráter evolutivo e continuidade. Isso conduz uma organização preocupada com RS a se diferenciar de outras que realizam ações filantrópicas isoladas e de forma reativa.

Considerado o que foi exposto pelos autores citados acima, pode-se enquadrar duas das cinco alternativas como sendo as de maior relação com o comportamento de uma organização socialmente responsável, quando avaliadas de forma isolada. Essas duas opções (batizadas de alvo) são: “Manter um programa permanente de bolsas de estudo” e “Promover a inclusão de mulheres”. A primeira conclama ações de coletividade, acesso à educação e cultura, distribuição de renda, sustentabilidade, caráter evolutivo e o aspecto de continuidade. A segunda, além de vários aspectos da primeira, ainda contempla a diversidade de gênero. As demais possibilidades de respostas: “Fazer uma campanha do agasalho”, “Organizar a limpeza de um rio” e “Doar uma remessa de livros para uma biblioteca pública”, apesar de serem ações com efeito positivo para a sociedade, reúnem em si menos características de RS, destacando-se os princípios de caráter evolutivo e continuidade com menor intensidade que os demais.

Estabelecendo uma relação entre os participantes que declararam saber o que é RS (84% das respostas gerais) e as ações mais alinhadas com o assunto, 62% apontaram uma das duas alternativas alvo como resposta à pergunta de qual prática mais se aproximada de RS. É o mesmo resultado apresentado quando observado o universo somente dos respondentes residentes em Nova Petrópolis. Um distanciamento inversamente proporcional é verificado no momento em que a análise passa a ser feita somente com os novapetropolitanos associados da IFC. Neste caso, 91% dos participantes declarou conhecer o tema e 59% marcou uma das respostas alvo. O Gráfico 2 apresenta a distribuição de respostas dos participantes que se declararam conhecedores do conceito de RS. Quanto às faixas etárias, as respostas seguem as mesmas tendências da pergunta sobre conhecer RS. Quanto mais elevada a faixa etária, maior o número de pessoas que marcaram uma das alternativas alvo como resposta ao questionamento de enquadramento de socialmente responsável.

Gráfico 2 - Distribuição das respostas quanto a práticas de RS dos participantes que declaram saber o é RS



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 517 respondentes

O estudo também perguntou qual a influência que o fato de praticar RS tem sobre os hábitos de consumo de produtos e serviços que o participante tem. Os que declararam que sempre buscam saber sobre o assunto e dão preferência para as organizações que apresentam preocupação com responsabilidade social somam 17% das respostas. Na outra ponta do gráfico, estão os que não dão nenhuma atenção a essa causa, com exatamente o mesmo percentual. E a grande fatia dos respondentes, 65%, declarou que não pesquisa, mas que de posse da informação dá preferência para adquirir produtos e serviços de organizações socialmente responsáveis. Esse último percentual aponta para a importância que a divulgação das práticas responsáveis das organizações tem perante a fidelização do seu cliente e revela o nível de conscientização do consumidor, que está disposto a oferecer uma contrapartida em forma de aquisição de produtos e serviços para as empresas comprometidas com o bem coletivo. No contexto geral, a soma das pessoas que preferem adquirir produtos e serviços de organizações que praticam RS, seja porque procuram a informação ou porque a informação chega até elas, é de 82%. Esse número é ainda mais elevado entre os novapetropolitanos, em que alcança quase 84% de manifestação e intermediário entre os associados da IFC, ficando aproximado a 83%. O auge desse indicador é verificado entre os residentes de Nova Petrópolis que declararam saber o que é responsabilidade social. Neste caso, o índice de preferência é maior que 87%.

O grau de importância que a prática de RS tem para as pessoas segue tendências aproximadas dos indicadores de condição de preferência. Isso significa que as pessoas que dão importância para o que as organizações fazem em termos de responsabilidade social também dão preferência por consumir seus produtos e serviços, apesar de que uma parcela significativa dos respondentes depende de que tal informação chegue até ele. A soma dos participantes que consideram RS como muito importante, ou que faz toda a diferença, representa 81% das respostas gerais, 82% dos novapetropolitanos e 80% entre os associados da IFC. Essa característica pode ser vista como uma oportunidade e razão para investir em RS podendo gerar benefícios para a organização, conforme abordam Arantes, Halicki e Stadler (2014) como atrair novos clientes e consumidores, atrair e reter talentos, atrair investidores e adicionar valor à imagem da marca. Destaca-se que, entre os residentes de Nova Petrópolis que manifestaram grande importância para RS, 39% não são associados à IFC estudada. Esse indicador revela que existe uma parcela de pessoas da comunidade que podem ser atraídas como associados pela Cooperativa tendo a RS como ferramenta estimuladora.

#### 4.4 PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES SOCIAIS DESENVOLVIDAS PELA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA COOPERATIVA

Ao tratar sobre as organizações de Nova Petrópolis praticarem RS ou não, a pesquisa revelou que uma parcela significativa dos participantes não tem conhecimento quanto a essa condição, com esse indicador chegando aos 36% entre os que residem em Nova Petrópolis. Outros 44% deste mesmo segmento consideram que a menor parte das organizações da cidade tem uma postura socialmente responsável. Tal cenário pode ser extremamente proveitoso para uma organização que pratica RS e utiliza canais eficientes de comunicação, já que na comunidade de Nova Petrópolis 82% das pessoas dão importância para isso e 84% estão dispostas a dar preferência na hora de adquirir produtos e serviços destas, ao mesmo tempo que 80% das pessoas não tem nenhum conhecimento sobre quem faz ou acredita que apenas a menor parte das organizações tem responsabilidade social. Sob o aspecto do interesse da sociedade sobre RS, De Luca et al. (2009) esclarecem que cada vez mais as pessoas dão maior importância para essa questão. Então a comunicação com a população é o principal instrumento para obtenção/renovação das licenças sociais tão valiosas para as organizações com RS e que são relacionadas por Zenone (2006) até mesmo com a sobrevivência das empresas. Ser competente na divulgação das práticas e resultados é condição importante para a sustentabilidade do negócio.

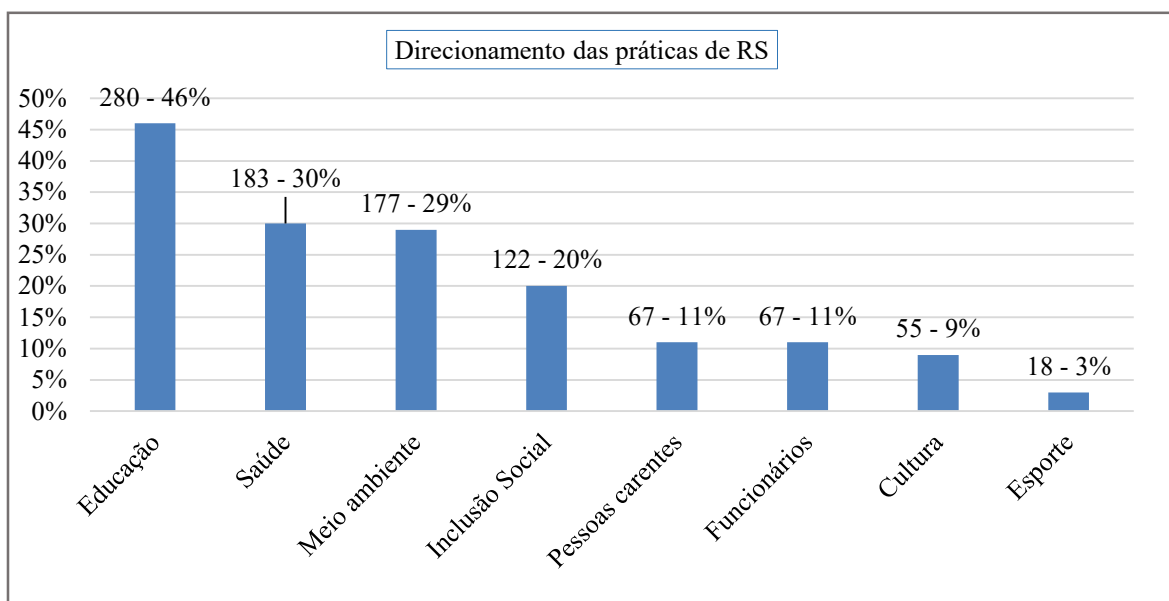
O estudo também instigou o participante a indicar para qual segmento as organizações deveriam canalizar mais esforços de responsabilidade social. Nesta questão, o respondente poderia assinalar até duas alternativas. O Gráfico 3 mostra a distribuição das respostas assinaladas com a educação sendo apontada como o principal foco que a organização deve dar atenção, seguido por saúde e meio ambiente. Quando observado somente os residentes em Nova Petrópolis não há alterações significativas. E no segmento associados da IFC ocorre pequenas variações para menos em educação e meio ambiente e para mais em saúde, funcionários, pessoas carentes e cultura.

Estando o segmento educação no topo da lista de preferências dos respondentes quanto ao foco que as organizações deveriam dar quando definem políticas de aplicação de recursos em RS, indica que a IFC tem suas estratégias alinhadas com a demanda da comunidade, já que



seis entre as dez práticas de RS implantadas estão diretamente ligadas à educação e/ou capacitação de pessoas. Conforme a Fundação Sicredi (2014) o Sistema de Crédito Cooperativo a qual a IFC participa, tem como principal iniciativa de RS o Programa A União Faz A Vida que canaliza recursos para o desenvolvimento de educação de excelência nas escolas atendidas. Sob outro ângulo, existe uma oportunidade de atendimento de necessidades da população que pode ser analisada pela organização considerando que o segmento saúde ficou em segundo lugar na lista e nenhuma das práticas realizadas tem relação direta com o tema.

Gráfico 3 - Direcionamento das práticas de RS na visão dos participantes

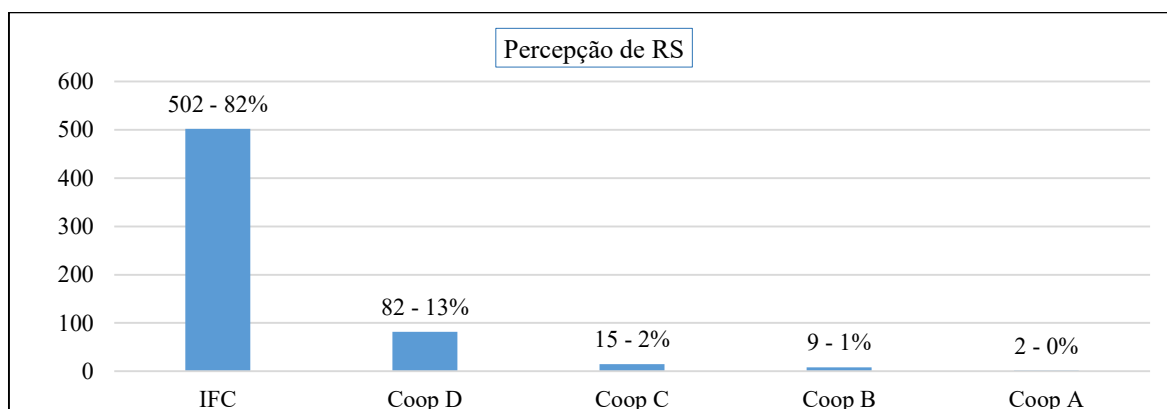


Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 609 respondentes

A percepção dos participantes sobre a postura das cooperativas atuantes em Nova Petrópolis em relação às práticas de responsabilidade social apresenta que existe uma posição bastante destacada da IFC em relação às demais com 82% de aceitação, conforme exposto no Gráfico 4. Quando essa questão é analisada somente entre os associados da IFC esse indicador sobe para 87%. Esse é um aspecto muito positivo para a organização, pois proporciona uma constante renovação da licença social que Dias (2012) aponta como instrumento fundamental para uma empresa socialmente responsável. Ou seja, é o objetivo final das estratégias em RS, o reconhecimento da sociedade pelos esforços e recursos aplicados.

Gráfico 4 – Percepção de RS entre as cooperativas com atuação em Nova Petrópolis

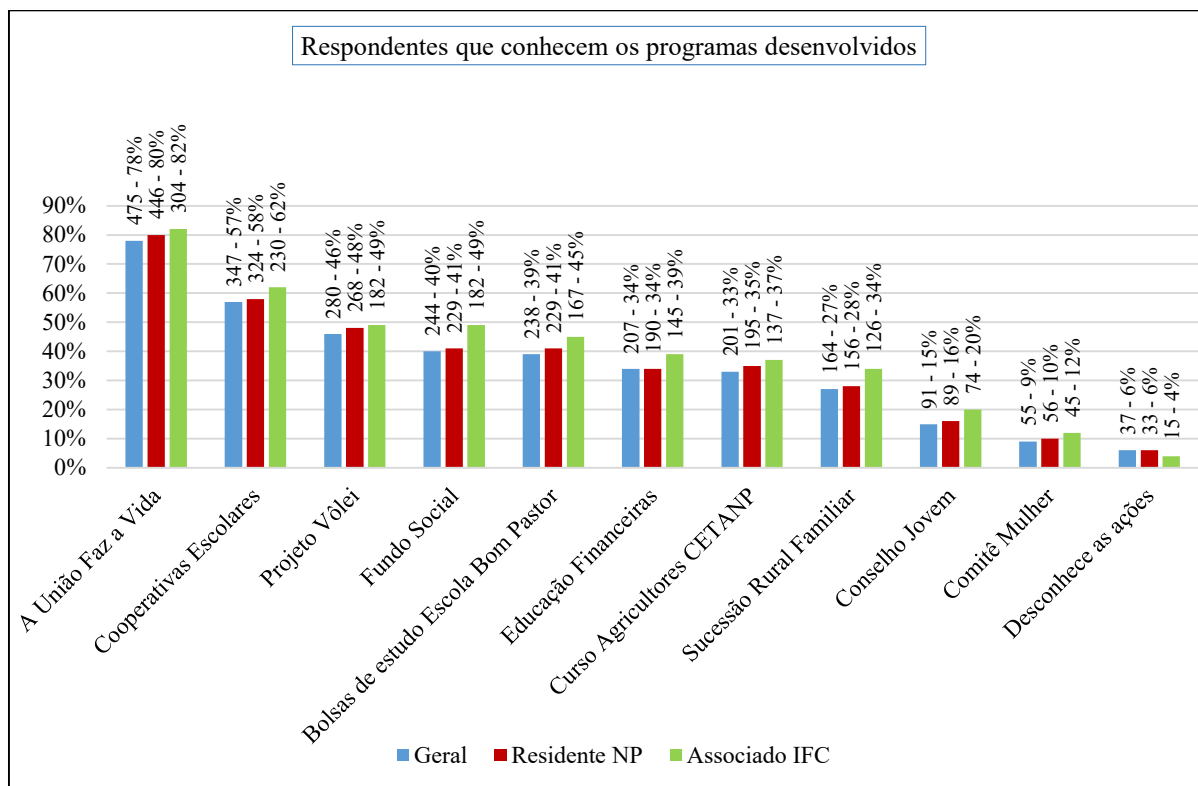


Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 609 respondentes

O nível de conhecimento sobre as práticas de RS, é apresentado no Gráfico 5, no qual pode-se constatar os resultados obtidos.

Gráfico 5 – Nível de conhecimento dos participantes sobre as práticas de RS



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 609 respondentes

Quando posto em avaliação o nível de conhecimento dos participantes sobre as práticas de RS desenvolvidas pela IFC, constatou-se que um número muito reduzido desconhece totalmente qualquer ação nesse sentido, limitando-se a 6% dos respondentes. Ganhou destaque nessa questão o Programa A União Faz a Vida, o trabalho realizado com Cooperativas Escolares e o Projeto Vôlei. Em todos os programas/projetos o associado da IFC é o mais informado sobre a existência das ações e apenas 4% dos respondentes desconhece totalmente o trabalho de responsabilidade social. As ações realizadas de forma mais internalizada, como o Comitê Mulher e o Conselho Jovem, são as menos conhecidas enquanto as práticas que recebem divulgação em massa e/ou englobam um número maior de beneficiados são muito mais familiarizadas com os respondentes.

A Tabela 1 apresenta um comparativo de perfil entre os pesquisados que são associados e os que não são associados da IFC. Os indicadores apontam que existe um equilíbrio em termos de declaração de conhecimento sobre RS. Apesar disso, houve uma variação entre as respostas quando questionados sobre as alternativas que mais se enquadravam em RS. O respondente associado apresentou uma ligeira preferência por produtos e serviços de organizações socialmente responsáveis em contraponto ao fato de declarar menor importância ao tema que o não associado. As pessoas com vínculo associativo têm maior conhecimento da existência de ações realizadas pela IFC no âmbito da responsabilidade social e também reconhecem em maior grau a sua instituição como a mais praticante dentre as demais organizações cooperativas atuantes no município de Nova Petrópolis.

Tabela 1 – Comparativo entre associados e não associados da IFC

| Item avaliado  | Associado IFC | Não Associado IFC |
|--|---------------|-------------------|
| Se declara sabedor de Responsabilidade Social  | 85%           | 85%               |
| Marcou as opções alvo na questão sobre práticas de RS                                    | 59%           | 63%               |
| Dá preferência para organizações que praticam RS   | 83%           | 82%               |
| Considera Responsabilidade Social importante   | 80%           | 83%               |
| Considera a IFC maior praticante de RS entre as cooperativas atuantes em Nova Petrópolis | 87%           | 76%               |
| Desconhece totalmente as ações da IFC em RS  | 4%            | 8%                |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Base: 609 respondentes

Os dados colhidos pela pesquisa conduzem a um cenário que mostra a IFC como uma organização reconhecida por suas ações de Responsabilidade Social, ao mesmo tempo que revelam oportunidades de crescimento em meio à sociedade. A seguir, são apresentadas algumas sugestões de potencialização das ações desenvolvidas que podem ser avaliadas pela Cooperativa para incorporação em suas estratégias.

Com objetivo de ampliar a imagem de organização socialmente responsável da IFC é válido reforçar estratégias. Entre algumas alternativas sugere-se utilizar os termos “Balanço Social” e “Responsabilidade Social” em documentos e materiais de divulgação que são relacionados ao tema, utilizando metodologias reconhecidas de reporte de dados a fim de destacar a preocupação e o envolvimento da empresa.

Outro caminho que poderia ser seguido pela organização é gerar anualmente um documento específico de Balanço Social com data definida de publicação e divulgação em todo tipo de meio eletrônico e mídias sociais. Atualmente a IFC produz um documento intitulado Relatório Anual, que apresenta algumas ações sociais de maior relevância, entre outras informações relacionadas à atuação da empresa como faturamento total, resultados econômicos e da sociedade cooperativa, mas não cumpre o papel de um Balanço Social. Pode-se explorar fortemente a vertente do Demonstrativo do Valor Agregado que é a parte do Balanço que tem a função de apresentar para a comunidade quanto valor a organização é capaz de retornar através de suas operações.

Relevante é o fato de que 82% dos respondentes manifestaram que RS exerce influência sob o consumo de produtos e serviços. Diante desse número tão significativo cabe facilitar o acesso à informação das ações socialmente responsáveis desenvolvidas pela organização, com dados completos e atualizados, criando uma aba de “Responsabilidade Social” na página principal do sítio eletrônico da IFC e manter todo o histórico de balanços sociais na referida aba de forma permanente dando destaque para a publicação das novas edições.

No período de lançamento de um novo Balanço Social é muito válido utilizar todos os meios eletrônicos disponíveis para distribuição do acesso, utilizando links que conduzem o interessado para a leitura completa ou recursos como o podcast que são arquivos de áudio produzidos com conteúdo específico para circulação em redes sociais e vídeos de curta duração para serem compartilhados livremente.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos deste estudo estiveram relacionados a avaliar a compreensão e importância que a comunidade de Nova Petrópolis confere ao assunto de responsabilidade social, qual a percepção dos participantes em relação às práticas socialmente responsáveis desenvolvidas por uma instituição financeira cooperativa local, finalizando com sugestões de estratégias de divulgação das ações desenvolvidas.

A pesquisa revelou que o termo responsabilidade social não é estranho para a maioria das pessoas que participaram do estudo. Foram 517 respondentes que se declararam conhecedores do significado de RS em todas as esferas avaliadas, seja no quadro geral de respostas, entre os moradores de Nova Petrópolis ou entre os associados da IFC avaliada. Destaca-se o grupo de pessoas residentes no município em questão e associadas à IFC que atingiu 91% de declarantes conhecedores do tema.

Em geral, os respondentes do questionário valorizam a postura de empresa socialmente responsável ao ponto de interferir na decisão na hora de consumir produtos e serviços, o que deve ser levado em consideração pela IFC em seus planejamentos estratégicos e a importância que dá ao tema em questão. Em contraponto a isso, a maior parcela de respondentes não sai em busca de informação das empresas e suas ações socioambientais, o que chama ao compromisso da organização em fazer suas práticas chegarem ao conhecimento dos seus interessados.

Entre as cooperativas que atuam no município de Nova Petrópolis, a IFC avaliada tem uma posição muito confortável com 82% das respostas indicando-a com a mais atuante em RS. A parcela reduzida de 6% dos respondentes não tem nenhum conhecimento dos programas/ações implantadas e entre os associados da IFC esse número cai ainda mais, chegando em 4%. As contribuições para aumento da penetração da organização foram no sentido de promover a edição anual do Balanço Social, divulgação em sítio eletrônico e redes sociais e inclusão do assunto nos planejamentos estratégicos da Cooperativa

Estudos que relacionam RS entre a IFC e outras instituições financeiras presentes em Nova Petrópolis não foram contemplados por este artigo e, portanto, o mesmo é sugerido como tema de novas pesquisas. Além disso, uma avaliação mais ampla da prática de RS de forma geral no município de Nova Petrópolis seria literatura relevante para um diagnóstico das organizações locais em relação ao assunto em futuras pesquisas. Por fim, avaliar os canais de comunicação mais eficientes para esse tipo de informação também se configura como uma contribuição de relevância e merecedora de atenção para os interessados no assunto em âmbito científico.

## REFERÊNCIAS

AMSTAD, Theodor. **Memórias autobiográficas**. Tradução Arthur Rabuske Nova Petrópolis, Editora Amstad, 2002.

ANDRIOLI, Antônio Inácio. **Trabalho coletivo e educação: um estudo das práticas cooperativas do PCE – Programa de Cooperativismo nas Escolas – na região Fronteira Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul**. 2020. Disponível em: <https://docplayer.com.br/64724663-Antonio-inacio-andrioli.html>. Acesso em: 06 set. 2020.

ARANTES, Elaine Cristina; HALICKI, Zélia; STADLER, Adriano (Orgs.).

**Empreendedorismo e responsabilidade social**. 2. ed. rev. Curitiba: Intersaberes, 2014.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/6096/epub/>

0?code=g8IE9P+qfMuHY+MW7+opYzo26DOH9dhjClifgXnipdo11/xjy/L5lzdeuESO8cLLXiDX1UpKaSqO7b7S6IW+5w==. Acesso em: 06 nov. 2020.

BRASIL. **Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971**. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras

providências. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/norma/547640/publicacao/15636612>.

Acesso em: 06 set. 2020.

BRASIL. **Lei nº 12.205, de 19 de janeiro de 2010**. Confere ao Município de Nova Petrópolis no Estado do Rio Grande do Sul, o título de Capital Nacional do Cooperativismo. Disponível

em: <https://legis.senado.leg.br/norma/575847/publicacao/15750577>. Acesso em: 06 set. 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.926, de 6 de dezembro de 2019**. Declara o padre Theodor Amstad

Patrono do Cooperativismo Brasileiro. Disponível em:

<https://legis.senado.leg.br/norma/31794183/publicacao/31795109>. Acesso em: 05 out. 2020.

CASA COOPERATIVA DE NOVA PETRÓPOLIS. CCNP. **Casa Cooperativa, quem**

**somos**. 2020. Disponível em: [http://www.capitaldocooperativismo.com.br/casacooperativa/](http://www.capitaldocooperativismo.com.br/casacooperativa/quemsomos.asp)

[quemsomos.asp](http://www.capitaldocooperativismo.com.br/casacooperativa/quemsomos.asp). Acesso em: 24 out. 2020.

CRANE, Andrew; MATTEN, Dirk; SPENCE, Laura J. **Corporate Social Responsibility.**

**Readings and cases in a global context**. 2. ed. Routledge. 2013. Disponível em:

[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2322817](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2322817). Acesso em: 18 out. 2020.

DE LUCA, M. M. M.; CUNHA, J. V. A.; RIBEIRO, M. S.; OLIVEIRA, M. C.

**Demonstração do valor adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social**: fundamentos e gestão. São Paulo: Atlas, 2012.

FENWICK WEAVERS SOCIETY. FWS. **Frenwick weavers Society, history**. 2020.

Disponível em: <https://fenwickweaverscooperative.com/frenwick-weavers-society/history/>.

Acesso em: 06 set. 2020.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). **Benefícios econômicos do cooperativismo na economia brasileira, 2019**. Disponível em:

[https://www.cooperativismodecredito.coop.br/2020/02/conheca-a-pesquisa-da-fipe-que-](https://www.cooperativismodecredito.coop.br/2020/02/conheca-a-pesquisa-da-fipe-que-apresenta-o-impacto-das-cooperativas-de-credito-na-economia-brasileira/)

[apresenta-o-impacto-das-cooperativas-de-credito-na-economia-brasileira/](https://www.cooperativismodecredito.coop.br/2020/02/conheca-a-pesquisa-da-fipe-que-apresenta-o-impacto-das-cooperativas-de-credito-na-economia-brasileira/). Acesso em: 10 out. 2020.

FUNDAÇÃO SICREDI. FS. **A Trajetória do Sicredi**: uma história de cooperação. Porto Alegre: Fundação Sicredi, 2014.

GELBCKE, Ernesto Rubens; SANTOS, Arioaldo dos; IUDÍCIBUS, Sergio de; MARTINS, Eliseu.

**Manual de contabilidade societária**: aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbntZXRvZG9sb2dpYWNPZW50aWZpY2EyMDE4cGVkfGd4OjJjNTQyOGQ2MGRmYmJmZjQ>. Acesso em: 12 set. 2020.

HOLYOAKE, George Jacob. **Os 28 tecelões de Rochdale**. Tradução de Archimedes Taborda. 5. ed. Porto Alegre: WS Editor, 2001.

ÍNDICE DE VULNERABILIDADE SOCIAL (IVS). **Planilha**. Disponível em: <http://ivs.ipea.gov.br/index.php/pt/planilha>. Acesso em: 06 set. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (IBASE). **Balanco Social**. Disponível em: <https://ibase.br/pt/balanco-social/>. Acesso em: 10 out. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). 2010. **Panorama**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/nova-petropolis/panorama>. Acesso em: 06 set. 2020.

INTERNATIONAL CO-OPERATIVE ALLIANCE (ICA). **History of the co-operative movement**. 2020. Disponível em: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/history-cooperative-movement>. Acesso em: 06 set. 2020.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2011.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **O cooperativismo de crédito ontem, hoje e amanhã**. Brasília: Confabras, 2012.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo financeiro: percurso histórico, perspectivas e desafios**. Brasília: Confabras, 2014.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997.

PERSEGUINI, Alayde dos Santos (Org.). **Responsabilidade Social**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35528/pdf/0?code=EJCviWJ01+Vwp1/5LayD2gn2Hwq3/VM3jpvETZWXrN89SxugQnCjsW0QT2L8jv/Q7GC5MJQBwnXWxscKjCptBQ==>. Acesso em: 24 out. 2020.

PINHO, Diva Benevides; PALHARES, Valdecir Manuel Affonso. **O cooperativismo de crédito no Brasil do século XX ao século XXI**. São Paulo: Confabras, 2004.

PINTO, Anacleto Laurino; RIBEIRO, Maisa de Souza. Balanço social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no Estado de Santa Catarina. **Revista Contabilidade & Finanças – USP**, São Paulo, v. 15, n. 36, p. 21-34, set./dez., 2004.

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do cooperativismo**. Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/>. Acesso em: 07 set. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

SANTOS, Ariovaldo dos; HASHIMOTO, Hugo. Demonstração do valor adicionado: algumas considerações sobre carga tributária. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 38, n. 2, p. 153-164, abr./jun. 2003.

SCHNEIDER, José Odelso; HENDGES, Margot; SILVA, Antonio Cesar Machado. **Educação e capacitação cooperativa: os desafios no seu desempenho**. São Leopoldo: Unisinos, 2010.

SICREDI PIONEIRA. **Áreas de ação**. Nova Petrópolis, RS. 2020a. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/pioneira#areas-de-acao>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Assembleias, programas sociais**. Nova Petrópolis, RS. 2020b. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/assembleias/programas-sociais>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Assembleias, Sicredi Pioneira RS**. Nova Petrópolis, RS. 2020c. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/assembleias/sicredi-pioneira-rs>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Bolsas**. Nova Petrópolis, RS. 2020d. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/bolsas>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Programas sociais, cooperativas escolares**. Nova Petrópolis, RS. 2020e. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/programas-sociais/cooperativas-escolares>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Programas sociais, Cursos Cetanp**. Nova Petrópolis, RS. 2020f. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/programas-sociais/cursos-cetanp>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Blog pioneira. Conselho Jovem**. Nova Petrópolis, RS. 2020g. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/blog/detalhe/projeto-da-sicredi-pioneira-rs-e-um-dos-indicados-ao-wycup-2019>. Acesso em: 24 out. 2020.

SICREDI PIONEIRA. **Blog pioneira. Projeto Voleibol**. Nova Petrópolis, RS. 2020h. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/blog/detalhe/cooperativa-apoia-projeto-que-forma-campeoes-no-voleibol>. Acesso em: 24 out. 2020.

SISTEMA DE CRÉDITO COOPERATIVO. SICREDI. **Sobre nós**. 2020. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/site/sobre-nos/>. Acesso em: 24 out. 2020.

SISTEMA ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS. OCB. CNCOOP, OCB, SESCOOP. **Anuário do Cooperativismo Brasileiro 2019**. 3. ed. 2019. Disponível em: <https://www.ocb.org.br/publicacao/53/anuario-do-cooperativismo-brasileiro-2019>. Acesso em: 06 set. 2020.

SISTEMA ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS. OCB. CNCOOP, OCB, SESCOOP. **Agenda Institucional do Cooperativismo 2020**. Disponível em: <https://materiais.somoscooperativismo.coop.br/agenda-institucional-2020>. Acesso em: 12 set. 2020.

SISTEMA OCERGS/ORGANIZAÇÃO SINDICAL. OCERGS-SESCOOP/RS. **Expressão do Cooperativismo Gaúcho 2020**. Disponível em: <http://www.sescooprs.coop.br/app/uploads/2020/07/ta-na-mesa-expressao-2020.pdf>. Acesso em: 07 set. 2020.

SOUZA, Murilo Mendonça Oliveira. O movimento cooperativista no Brasil: uma reflexão sobre formação, desenvolvimento e perspectivas. **Revista Caminhos de Geografia**, São Paulo, v. 10, n. 30, p. 65-78, jun. 2009. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15841>. Acesso em: 11 set. 2020.

ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing social**, São Paulo: Cengage Learning, 2006.