

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO**

MARCUS VINÍCIUS SCHRÖDER CLASEN

**EDUCAÇÃO COOPERATIVA:
Desafios e possibilidades no contexto da gestão de cooperativas**

**Rio do Sul
2019**

MARCUS VINÍCIUS SCHRODER CLASEN

EDUCAÇÃO COOPERATIVA:

Desafios e possibilidades no contexto da gestão das cooperativas

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Cooperativas de Crédito, pelo Curso de Gestão de Cooperativas de Crédito da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Carlos Daniel Baioto

Rio do Sul

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me concedido saúde, força e disposição, abençoando e iluminando meu caminho no decorrer deste trabalho.

À minha esposa Solange Soares, pela paciência, força, compreensão e apoio durante esta jornada.

Aos meus pais pelo estímulo aos estudos, sempre acreditando no meu potencial.

Ao meu orientador Prof. Dr. Carlos Daniel Baioto, pela sua dedicação, paciência, prestatividade e sabedoria, compartilhando seu conhecimento e experiências.

Aos colegas do curso de especialização em gestão de cooperativas de crédito, foram muitos finais de semana compartilhando conhecimentos e experiências.

Agradeço aos colegas de trabalho por terem contribuído respondendo à esta pesquisa.

“ É positivo chegar primeiro, desde que a intenção seja abrir caminho para outros, tornar mais fácil o caminho deles, ajuda-los e mostrar-lhes o caminho. A competição é negativa quando desejamos derrotar os outros, empurra-los para baixo, para podermos subir. ” (Dalai Lama).

“ O próximo grande salto evolutivo da humanidade será a descoberta de que cooperar é melhor que competir. ” (Pietro Ubaldi)

RESUMO

As cooperativas de crédito são organizações constituídas para prestarem serviços financeiros aos seus associados, não visando apenas o lucro. O presente estudo tem como propósito evidenciar a importância estratégica da educação cooperativa no contexto da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale, potencializando a fidelização de seus associados, fazendo da cooperativa sua principal instituição financeira. Compreendendo a complexidade do tema proposto, buscou-se referenciais teóricos que abrangem o contexto histórico do cooperativismo contemporâneo, diferenciação entre um banco comercial e uma cooperativa de crédito, gestão do conhecimento, sinergia de capitais e capital intelectual. Esta pesquisa tem como base um estudo de caso, tendo como referência uma análise qualitativa dos dados. Foi aplicado um questionário com perguntas abertas junto aos colaboradores do PA centro, localizado na cidade de Rio do Sul, estado de Santa Catarina, relacionado ao conhecimento sobre cooperativismo bem como a percepção sobre a influência da cooperativa na região onde ela atua. Os resultados desta pesquisa demonstraram que os colaboradores possuem conhecimento limitado sobre o tema, muitas vezes voltado apenas para o âmbito comercial e resultado econômico da cooperativa e por consequência uma limitada argumentação junto aos associados. Entendemos que a pesquisa apresentada respalda a necessidade de análise do tema pela da gestão da cooperativa, com o intuito de fomentar uma cultura cooperativista como fator estratégico para a sustentabilidade para esse modelo de organização.

Palavras-chave: Cooperativismo. Educação cooperativa. Sinergia de capitais.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale	17
Figura 2 – Armazém de Rochdale	17
Figura 3 – Mapa da área de atuação – Sicoob Alto vale	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Tempo que trabalha na cooperativa	38
Gráfico 2 - Já ouviu falar sobre cooperativismo antes de trabalhar na cooperativa? 39	
Gráfico 3 – Função atual na cooperativa.....	40
Gráfico 4 – Fontes de informação para acesso ao tema cooperativismo	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação dos valores cooperativistas	19
Tabela 2 – Princípios do cooperativismo	20
Tabela 3 – Banco comercial X Cooperativas de crédito	24

LISTA DE SIGLAS

ACI	Aliança Cooperativa Internacional
OCB	Organização das Cooperativas de Crédito
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PA	Ponto de Atendimento
SICOOB	Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Situação problemática e pergunta de pesquisa	11
1.2 Objetivos.....	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Justificativa	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 O surgimento do cooperativismo moderno	15
2.2 Conceito de cooperativa	18
2.3 Valores e princípios cooperativistas	19
2.4 Fidelização dos associados	21
2.5 Diferença entre banco comercial e cooperativa de crédito	23
3 DIMENSÕES DO CONHECIMENTO NA GESTÃO DE COOPERATIVAS: EDUCAÇÃO COOPERATIVA E CULTURA COOPERATIVISTA	25
3.1 Educação cooperativa e cultura cooperativista.....	26
3.2 Gestão do conhecimento como fator estratégico para a gestão de cooperativas	29
3.3 Sinergia de capitais	30
3.4 Capital intelectual	33
4 METODOLOGIA	34
4.1 Delineamento da pesquisa.....	34
4.2 Unidade de análise e sujeitos da pesquisa	35
4.3 Técnica de coleta de dados.....	37
4.4 Técnica de análise de dados	37
5 ANÁLISE DOS DADOS	38
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	52

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como principal intenção evidenciar a importância estratégica do investimento na gestão do conhecimento no processo de gestão de cooperativas, a delimitação sobre este tema, gestão do conhecimento (capital intelectual), está voltado ao processo como forma de fomentar uma educação cooperativa no contexto da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale. Tendo como base de pesquisa a percepção dos colaboradores sobre a importância do cooperativismo de crédito para região e suas formas e sustentabilidade. Com o intuito de que seus associados saibam diferenciar uma cooperativa de crédito de um banco convencional, conhecendo a sua organização e conectando com a sua realidade a fim de potencializar um sentido de pertencimento dessa instituição que está há trinta anos atuando no mercado, trazendo benefícios aos seus associados e fomentando a economia da região.

Um dos motivos que levou o autor a desenvolver este trabalho foi a sua percepção da falta de interesse, baixa participação dos associados junto à instituição. O não conhecimento de seus direitos e deveres enquanto sócios e o não comparecimento às atividades da cooperativa como a assembleia geral por exemplo, levam a crer que para eles a cooperativa nada mais é do que apenas mais uma instituição financeira como outra qualquer. Deste modo eles acabam usufruindo da cooperativa apenas o que lhes é conveniente, buscando alternativas em outras instituições financeiras onde na maioria das vezes a diferença de taxas e precificação de produtos é irrelevante.

Quando o associado não tem uma noção suficientemente clara a respeito da sua cooperativa e também for pouco ativo, no primeiro sinal de adversidade ele a abandonará. De acordo com Baioto (2018), no cooperativismo de crédito esse fenômeno de descompromisso e descaso é recorrente em unidades nas quais não alcançam uma efetividade no processo de gestão do capital intelectual da cooperativa e conseqüentemente deficitária em efetivar uma eficiência cooperativista. Ainda seguindo o autor, o fomento de uma cultura cooperativista, seria o fator principal para o desenvolvimento deste modelo de eficiência. Neste sentido o investimento em educação cooperativista seria compreendido como um fator estratégico no processo de gestão de cooperativas. (BAIOTO, 2018).

Para Schneider, Hendges e Silva (2010) a educação cooperativa é um conjunto de ensinamentos que buscam trabalhar valores, princípios e normas, proporcionando maior aporte cultural aos envolvidos, educação essa voltada ao desenvolvimento da pessoa humana, fazendo com que tenha plena consciência do seu papel e sua responsabilidade perante a cooperativa e conseqüentemente na sociedade.

Ressalvam ainda os autores que através destes métodos o associado possa ter condições de adquirir o hábito de ver, pensar e julgar segundo os ideais, valores e princípios cooperativos, preparando pessoas para um estilo de vida, de convivência e de trabalho diferente, marcado pela autoajuda, reforçado pela ajuda mútua, gerando situações de solidariedade e processos de sinergia. (SCHNEIDER, HENDGES E SILVA, 2010, p. 31 apud BURR, 1964).

Neste sentido, buscamos destacar através da gestão do conhecimento a importância da educação cooperativa como uma forma de ampliar o conhecimento do associado e fazendo com que, conseqüentemente, aumente seu grau de participação e comprometimento junto à sua cooperativa, fomentando uma cultura cooperativista. Segundo Baioto (2018) a educação cooperativista representa um elemento que potencializa a construção da identificação do associado com os princípios e valores cooperativistas, possibilitando referenciais para a construção de uma cultura voltada à prática cooperativista.

1.1 Situação problemática e pergunta de pesquisa

A educação cooperativa, representada no quinto princípio da doutrina cooperativista, representa uma estratégia fundamental para o fortalecimento do sistema cooperativo, pois permite gerar uma cultura cooperativista junto aos associados e assim maior sentido de pertencimento em relação a cooperativa. Seu objetivo é difundir ideias, princípios, valores e crenças, desenvolvendo habilidades e competências, proporcionando uma formação técnica dos seus associados e gerando maior sustentabilidade por meio de uma “eficiência Cooperativista”

Para Schneider, Hendges e Silva (2010, p. 23),

É predominante por meio das atividades de educação cooperativa que se assegura o caráter específico e peculiar das organizações cooperativas, num mercado diferenciado, em que há quase a total hegemonia de empresas que se regem pela lógica dominante do mercado, que é de ordem capitalista neoliberal, e que buscam de forma constante e praticamente exclusiva o lucro como o objetivo primordial e último de tais empresas[...]

Um dos questionamentos motivadores da pesquisa remete a percepção do pesquisador de que as pessoas que procuram a cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale não compreendem a diferenciação entre um banco comercial e uma cooperativa de crédito. Elas optam pela cooperativa pelo simples fato de termos taxas mais atraentes comparadas ao mercado, por não ter custo de manutenção de conta, atendimento mais ágil e prático do que os bancos convencionais oferecem.

Porém, não se mudam comportamentos sem mudar a cultura, a forma de pensar dessas pessoas, acostumadas a vivenciar o sistema capitalista existente, sendo uma cultura individualista e extremamente competitiva, onde poucas pessoas lucram demasiadamente e muitas pessoas apenas “sobrevivem” na sociedade em que vivem. Segundo Schneider, Hendges e Silva (2010), o associado necessita desenvolver o entendimento da responsabilidade como cooperado em contribuir nas diretrizes estratégicas da cooperativa em prol de uma comunidade mais transparente, digna, ética, solidária, com base na ajuda mútua entre as pessoas, reforçando as relações democráticas, de participação em uma organização que atua na economia de forma redistributiva e não acumulativa.

O autor reconhece que a gestão da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale teria condições de atuar de forma mais estratégica através da gestão do conhecimento e do capital intelectual, utilizando canais de formação voltados à prática da educação cooperativista, potencializando o desenvolvimento e agregando valor à cooperativa.

Na visão de Schneider, Hendges e Silva (2010), em um mundo marcado por uma acirrada competição por fidelização de clientes e espaço no mercado, é fundamental e indispensável as atividades de capacitação nas cooperativas, para que possam nos diferenciar em relação às demais instituições angariando resultados eficientes e melhores rendimentos junto à instituição e conseqüentemente seus sócios.

Diante disso, levanta-se o seguinte questionamento: A gestão do conhecimento e o investimento em capital intelectual tem representado uma ação estratégica da cooperativa no âmbito de potencializar uma cultura cooperativista?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Evidenciar a importância estratégica do investimento em gestão do conhecimento no processo de gestão da cooperativa através da educação cooperativa.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para atingir o objetivo geral, delineiam-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar as práticas de formação cooperativista existentes no Sicoob Alto Vale;
- b) Analisar a percepção dos colaboradores sobre a importância do cooperativismo de crédito na região do Alto Vale;
- c) Compreender a importância da educação cooperativa para posterior decisão estratégica na gestão da cooperativa;
- d) Identificar a relação entre gestão do conhecimento, capital intelectual e educação cooperativa.

1.3 Justificativa

O tema escolhido é de suma importância para o Sicoob Alto Vale, pois tem o intuito de criar uma cultura cooperativista em seus associados através de um dos princípios cooperativistas, lapidando o conhecimento do associado sobre as práticas do cooperativismo, seus direitos e deveres como associado, tornando-o mais participativo na condição de dono e usuário. Neste sentido, ele passará a fazer parte do seu empreendimento, tendo a cooperativa como sua principal instituição financeira, motivando-o a ajudar, construir e a consolidar o empreendimento coletivo, se tornando uma pessoa mais solidária, democrática e comprometida com a comunidade.

A educação cooperativista visa explorar as habilidades e potencialidades do associado, fazendo com que pense, reflita, discuta e aja como uma pessoa formadora de opiniões. Por meio de um processo de educação gradual, deseja-se estimular o interesse nos associados a participar ativamente em sua instituição, sendo agentes de melhoria e de transformação de sua realidade. Indispensável nas cooperativas, a educação é uma questão de sustentabilidade para a instituição, caso contrário pode ser desvirtuada ou até absorvida pelo sistema socioeconômico e pelo processo social dominante que é a concorrência e o conflito. (SCHNEIDER, 2003).

Após o término desta pesquisa, em função da sua conclusão, objetivamos concluir para reflexões no processo gerencial da cooperativa que evidenciem a importância estratégica da construção de programas para a cooperativa voltados ao fomento da cultura e educação cooperativista.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta etapa do trabalho vamos contextualizar a história da origem do cooperativismo moderno, o conceito de cooperativismo bem como seus valores e princípios, abordaremos sobre a fidelização dos associados e também veremos a diferença entre um banco comercial e uma cooperativa de crédito.

Posteriormente iremos abordar sobre as dimensões do conhecimento na gestão das cooperativas, conceituar educação cooperativa, identidade cooperativa, cultura cooperativista, reconhecendo a gestão do conhecimento como fator estratégico para a gestão de cooperativas, sinergia de capitais e capital intelectual.

2.1 O surgimento do cooperativismo moderno

Em 1843 durante a revolução industrial na cidade de Rochdale localizada nos arredores de Manchester, Inglaterra, trabalhadores tecelões passavam por uma crise financeira, mal conseguindo comprar o alimento para o seu sustento. Eles estavam insatisfeitos com sua longa jornada de trabalho e seu mísero salário, ocasionando sérias dificuldades sócio econômicas para a população. Decidiram entrar em greve, reivindicando melhores salários e diminuição da carga horária diária de trabalho, essa greve se estendeu por quase um ano, porém sem êxito. Na tentativa de criar uma alternativa frente ao capitalismo ganancioso da época, praticados pelos empresários e donos de comércio, algumas pessoas buscaram soluções baseadas na associação de esforços para compensar sua debilidade individual e com a força de seu grupo almejavam uma vida mais justa, digna e solidária. Em 1844 tiveram a ideia de abrir um armazém cooperativo de consumo alugando um galpão, cujo objetivo era reduzir os preços dos alimentos que sofriam elevação também pela intermediação dos atravessadores. Com muita economia durante o período de um ano, 28 tecelões arrecadaram capital necessário para investir em um armazém, comprando produtos em maiores quantidades poderiam

ser vendidas a preços mais justos dos que os comumente praticados no mercado. Todo o lucro que eles tivessem com a comercialização destes produtos seria igualmente dividido entre cada membro do seu grupo. No dia 21 de dezembro daquele mesmo ano foi inaugurado um armazém com o nome de “Rochdale Society of Equitable Pioneers” (Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale), onde comercializavam açúcar, farinha, aveia, manteiga, entre outros produtos. Esse grupo de pessoas constituiu uma sociedade de pessoas regidas de princípios e valores morais que ainda hoje são a base para a instituição e o bom funcionamento de uma cooperativa. Após um ano eles já somavam um capital de 180 libras e depois de 10 anos eram em 1400 cooperados. Por sua forma igualitária, o cooperativismo conquistou espaço próprio, definido por uma nova forma de trabalho em busca do desenvolvimento da sociedade. (OCB, 2019).

O grande feito de Rochdale foi ter redigido um estatuto social, que estabelecia objetivos mais amplos para o empreendimento, definindo normas igualitárias e democráticas para a constituição, manutenção e expansão de uma cooperativa. As normas estabelecidas pela organização pioneira de Rochdale para orientar sua estrutura e funcionamento foram analisadas e debatidas em congressos internacionais promovidos pela ACI (Aliança Cooperativa internacional), sendo adotadas universalmente como “princípios cooperativistas”, mantendo-se fiéis aos valores democráticos e igualitários defendidos pelos pioneiros.

Na visão de Meinen e Port (2014), o cooperativismo é o único movimento socioeconômico do planeta que se desenvolve sob uma mesma orientação doutrinária desde o seu surgimento na primeira metade do século XIX, em Rochdale, na Inglaterra. Seguem abaixo imagens como contextualização da cooperativa Rochdale.

Figura 1 – Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale



Fonte: ACI, 2019

Na imagem acima podemos observar parte dos pioneiros em cerimônia da cooperativa. Logo abaixo segue imagem do armazém formado pelos pioneiros:

Figura 2 – Armazém de Rochdale



Fonte: Portal do Cooperativismo, 2019.

Podemos observar na imagem acima a fachada do armazém de Rochdale com o nome de LOJA COOPERATIVA, e também transmitindo a mensagem “COOPERAÇÃO PARA O SUCESSO”.

2.2 Conceito de cooperativa

De acordo com a ACI – entidade máxima do movimento cooperativo global -, cooperativa é uma associação autônoma de pessoas, unidas voluntariamente para atender às suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa coletiva e democraticamente controlada.

Na visão de Rossi (2011), o cooperativismo é a doutrina que embasa teoricamente a cooperação do ponto de vista econômico, unindo esforços por meio de associações de fim predominantemente econômico, as cooperativas.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), cooperativa é uma associação de pessoas que se uniram voluntariamente para realizar um objetivo comum, através da formação de uma organização administrada e controlada democraticamente, realizando contribuições equitativas para o capital necessário e aceitando assumir de forma igualitária os riscos e benefícios do empreendimento no qual os sócios participam ativamente.

Para Namorado (2018), cooperativas são organizações de uma natureza empresarial atípica, onde seus membros visam o seguimento de seus objetivos, podendo ser de forma econômica, social ou cultural. A principal energia que os move é a cooperação entre seus membros e é através dela que seus objetivos são atingidos.

Schneider, Hendges e Silva (2010) definem uma cooperativa como uma organização constituída pela associação de pessoas que buscam melhores condições econômicas, sociais e culturais de vida, visando realizar o bem comum. É uma estrutura em condições de combinar aspectos econômicos e sociais, sem recorrer à exploração das pessoas e à maximização do lucro.

As percepções sobre cooperativa variam sobre alguns pontos, mas em geral afirmam que é uma associação de pessoas físicas ou jurídicas que visa o bem-estar social, cultivando seus valores e princípios. É uma organização democrática e econômica constituída para prestar serviços aos seus cooperados, sem fins lucrativos, distribuindo seus excedentes para os seus sócios de acordo com a participação de cada um, trabalhando em prol do desenvolvimento socioeconômico na região onde atua, promovendo sua sustentabilidade.

2.3 Valores e princípios cooperativistas

Os valores cooperativistas são as diretrizes essenciais ao processo de cooperação, eles precedem e dão sentido aos princípios cooperativistas, sendo uma espécie de ponte ligando grandes ideias a ações. Porém diferentemente dos princípios, demarcados formalmente, não existe rol conclusivo ou exaustivo desses valores. De acordo com Meinen e Port (2012) das inúmeras referências feitas por doutrinadores de todo o mundo, a enunciação mais recorrente sobre os valores cooperativistas recai sobre:

Tabela 1 – Relação dos valores cooperativistas

VALOR	SENTIDO
SOLIDARIEDADE	Cuja essência reside no compromisso, na responsabilidade que todos têm com todos, fazendo a força do conjunto, assegurando o bem de cada um dos membros. Ser solidário é praticar a ajuda mútua, é cooperar por definição, tornando o empreendimento sólido.
LIBERDADE	Está no direito de escolha pela entidade cooperativa, tanto na hora do ingresso como no momento da saída, podendo a pessoa, enquanto cooperada, mover-se manifestar-se de acordo com sua vontade e consciência, respeitando os limites estabelecidos coletivamente.
DEMOCRACIA	Está diretamente relacionada ao pleno direito de o associado participar da vida da cooperativa em toda a sua dimensão, especialmente pela palavra e pelo voto. Indica acesso universal, sem discriminação. É pela democracia que se exerce a cidadania cooperativa.
EQUIDADE	Se manifesta fundamentalmente pela igualdade de direitos, pelo julgamento justo e pela imparcialidade, tanto em aspectos econômicos como sociais.
IGUALDADE	Impede a segregação em razão de condição socioeconômica, raça, gênero ou sexo, ideologia política, opção religiosa, idade ou qualquer outra preferência ou característica pessoal. A todos devem ser assegurados os mesmos direitos e as mesmas obrigações.
RESPONSABILIDADE	Tem a ver com a assunção e o cumprimento de deveres. Como cooperado, a pessoa é responsável pela viabilidade do empreendimento, incumbindo-lhe operar com a cooperativa e participar das atividades sociais. Cada qual responde pelos seus atos.
HONESTIDADE	Se liga à verdade por excelência. É uma das marcas de pessoas de elevado caráter. Tem a ver com retidão, probidade, honradez e dignidade.

TRANSPARÊNCIA	Diz respeito à clareza, àquilo que efetivamente é, sem ambiguidade, sem segredo. No meio cooperativo, todos têm de ter conhecimento preciso sobre a vida da entidade, regras, gestão, números, etc.
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	Se conecta ao compromisso do empreendimento cooperativo, naturalmente de caráter comunitário, como bem-estar das pessoas e com a proteção do meio ambiente compreendidos em sua área de atuação, preocupação que envolve desenvolvimento econômico e social e respeito ao equilíbrio e às limitações dos recursos naturais.

Fonte: Meinen e Port (2014).

Os valores do cooperativismo têm o intuito de promover melhorias na vida do associado, refletindo positivamente nas atividades e ações desenvolvidas dentro da organização, proporcionando benefícios na sociedade em que atua. Segundo Baioto (2018) os valores cooperativos seriam os ideais que motivaram os pioneiros à criação do movimento cooperativo, sendo estes, fonte de inspiração para a criação dos princípios cooperativistas.

Os princípios cooperativistas traduzem estes valores e os levam à prática no meio cooperativo. Com o intuito de nortear as cooperativas ao redor de todo o mundo, foram estabelecidos os sete princípios do cooperativismo, sendo praticamente os mesmos desde que foi fundada a cooperativa de Rochdale em 1844. (OCB, 2018).

Com o passar dos anos esses princípios sofreram poucas modificações no sentido de se adequarem às peculiaridades de cada época. A Aliança Cooperativa Internacional (ACI) após realizar três congressos mundiais, Paris em 1937, Viena em 1966 e Manchester em 1995, definiu os sete princípios cooperativos conforme segue abaixo:

Tabela 2 – Princípios do cooperativismo

PRINCÍPIO	SIGNIFICADO
ADESÃO LIVRE E VOLUNTÁRIA	As cooperativas são organizações livres e voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a usarem seus serviços e dispostas a aceitarem sua responsabilidade como sócios, sem discriminação de gênero, social, racial, política ou religiosa.
CONTROLE DEMOCRÁTICO PELOS SÓCIOS	As cooperativas são organizações democráticas controladas por seus sócios, os quais participam das tomadas de decisões, eleições de cargos e também o uso de recursos. Nas

	cooperativas os sócios têm igualdade de votação (um sócio, um voto).
PARTICIPAÇÃO ECONÔMICA DO SÓCIO	Os sócios contribuem e por isso também participam na gestão do capital da cooperativa. Parte desse capital volta aos associados na proporção de suas transações na cooperativa.
AUTONOMIA E INDEPENDÊNCIA	As cooperativas são organizações de ajuda mútua, controlada por seus membros. Não tendo referência partidária, religiosa, não dependendo de alguma organização mantenedora externa ou dependente de governo, ou acionista externo à cooperativa.
EDUCAÇÃO, TREINAMENTO E INFORMAÇÃO	Considerado um dos princípios base do cooperativismo, a cooperativa deve investir em educação e formação para seus associados e comunidade local de forma continuada. Em uma cooperativa o associado deve estar constantemente se aprimorando em processos de formação interna e externa.
COOPERAÇÃO ENTRE COOPERATIVAS	Este princípio reconhece que as cooperativas são mais fortes se apoiarem umas às outras, ou seja, estimulando as empresas cooperativas a apoiarem na forma de convênios, transações comerciais, apoio técnico, ações consorciadas e ações entre empresas cooperativas.
PREOCUPAÇÃO COM A COMUNIDADE	As cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentável de suas comunidades através de políticas aprovadas pelos seus sócios. Neste sentido, as cooperativas reconhecem que precisam contribuir no desenvolvimento de sua comunidade para que ela também se desenvolva. Entende-se que o bem estar da comunidade representa o bem estar das pessoas e consequentemente da cooperativa.

Fonte: Baioto (2018).

Esse conjunto de elementos doutrinários delimitam o que vem a ser um empreendimento cooperativo caracterizando os sentidos do que é ser uma cooperativa. Segundo Baioto (2018 apud SCHNEIDER 2000), os valores e princípios cooperativistas necessitam ser considerados prioridades em um empreendimento que se propõe a ser caracterizado como cooperativa.

2.4 Fidelização dos associados

Na visão de Meinen e Port (2012) é possível eleger práticas desejáveis para um desenvolvimento mais representativo do cooperativismo de crédito brasileiro, e compará-las a realidade do setor no país. O ideal seria assegurar que os

associados, adotando a postura de donos do empreendimento, tenham a cooperativa de crédito como a sua principal instituição financeira. Porém em muitos casos não é isso que acontece, são ainda muitas as situações em que o associado mantém com a cooperativa apenas um sub-relacionamento, servindo-se de uma ou outra operação ou serviço, não raro, envolvem solução que a instituição financeira eleita como principal não faz questão de oferecer, ora por deficitária, ora por representar risco muito elevado. Por estar com um “pé” dentro do concorrente, o risco de deixar a cooperativa por inteiro é iminente.

Ainda segundo os autores, lamentavelmente existem cooperados que tem seu cartão de crédito emitido por outras instituições financeiras; o seguro e o consórcio feitos em outra instituição; os planos de previdência privada, em grandes fundos do mercado; os volumes altos de aplicações financeiras e os seus depósitos de poupança levados para instituições concorrentes, e assim por diante. Aliás, se considerarmos o rigor do estatuto social - quando se reporta aos deveres dos associados e às consequências do seu não cumprimento-, essas situações configuram-se casos de eliminação do quadro de cooperados, ou pelo menos de perda de condição básica para o exercício de cargo eletivo. (MEINEN E PORT, 2012).

Schneider, Hendges e Silva (2010) mencionam que a cooperativa, em coerência com a sua filosofia, não pode concorrer como se verifica geralmente na economia. Entretanto, ela igualmente deve proporcionar processos de adequação ao competitivo mercado, sempre tendo uma ética diferente, ou seja, não agindo por interesses individuais, nem diminuindo a condição de seus integrantes, muito menos da cooperativa como empresa, mas sim procurando aproveitar os espaços que o mercado lhe deixa, em busca do bem comum e geral de toda a coletividade cooperativa.

A cooperativa tem o dever de conhecer o perfil dos associados, para ver que produtos e serviços demandam no mercado financeiro e a partir disso, verificar o que é obtido junto a bancos, para redirecionar à cooperativa, e o que o cooperado ainda não consome, para oferecer a correspondente solução. A partir disso, é importante que a cooperativa também reconheça a fidelização de seu associado, especialmente na precificação dos produtos e serviços (valor de tarifas, taxas de juros, etc.). É fundamental que os cooperados estejam de corpo inteiro, sob pena de,

a qualquer tempo, diante dos constantes assédios, migrarem por completo para a concorrência (MEINEN e PORT, 2012).

Em tempos de acirramento da competitividade no mercado financeiro, especialmente na oferta de crédito, é fundamental que se gaste um tempo mais generoso na conscientização dos associados quanto aos benefícios do cooperativismo de crédito e seus diferenciais competitivos. Infelizmente é comum o associado, também cliente de um banco, chegar na cooperativa e dizer que o “empréstimo” na outra instituição é mais barato ou têm menos encargos cobrados do que na cooperativa. Em tais casos, em vez de lamentar e dizer que não é possível oferecer condições equivalentes, é preciso explicar a ele que, na sua entidade ele terá direito as sobras do resultado, que as tarifas, quando cobradas, são menores que a do concorrente, que ele não precisa adquirir um produto “casado” com o seu empréstimo, etc. o que fará com que as taxas finais/reais sejam muito mais em conta na cooperativa. Além disso tem a diferença na qualidade do atendimento, compromisso permanente com a comunidade e muito mais. O ideal é nem mesmo deixar que se configure a dúvida diante de uma situação concreta de relacionamento com a concorrência, cabendo à cooperativa envidar todos os esforços para divulgar suas vantagens aos seus cooperados. (MEINEN e PORT, 2012).

2.5 Diferença entre banco comercial e cooperativa de crédito

Apesar de disponibilizarem os mesmos tipos de produtos e serviços aos seus correntistas, não quer dizer que um banco é a mesma coisa do que uma cooperativa de crédito, na maioria das vezes isso acaba induzindo as pessoas a confundirem essas duas espécies de sociedade.

No conceito de Meinen e Port (2012), a cooperativa de crédito nasce da vontade e da necessidade de um grupo de pessoas que se agrupam para a troca de soluções. Já um banco surge da convicção unilateral do dono do capital que possui o único objetivo de ampliar/rentabilizar o capital investido.

Na tabela abaixo podemos observar as diferenças entre um e outro, tendo uma noção dos aspectos relevantes que distinguem tais organizações:

Tabela 3 – Banco comercial X Cooperativas de crédito

Bancos comerciais	Cooperativas de crédito
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
Os administradores são terceiros (homens do mercado)	Os administradores líderes são do meio (associados)
O usuário das operações é mero cliente	O usuário é o próprio dono (cooperado)
O usuário não exerce qualquer influência na definição dos produtos e na sua precificação	Toda a política operacional é decidida pelos próprios usuários/donos (associados)
Podem tratar distintamente cada usuário	Não pode distinguir: o que vale pra um vale para todos (art. 37 da lei nº5.764/71)
Preferem o público de maior renda e as maiores corporações	Não discriminam, servindo a todos os públicos
Priorizam os grandes centros (embora não tenham limitação geográfica)	Não restringem, tendo forte atuação nas localidades mais remotas
Têm propósitos mercantilistas	A mercancia não é cogitada (art. 79, parágrafo único, da lei nº5.764/71)
A remuneração das operações e dos serviços não tem parâmetro/limite	O preço das operações e dos serviços tem como referência os custos e como parâmetro as necessidades de reinvestimento
Atendem em massa, priorizando, ademais, o autosserviço	O relacionamento é personalizado/individual, como apoio da informática
Não têm vínculo com a comunidade e 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, seja pela sua natureza, seja por determinação legal (art. 30 da Lei nº5.764/71)
O resultado é de poucos donos (nada é dividido com os clientes)	O excedente (sobras) é distribuídos entre todos (usuários), na proporção das operações individuais, reduzindo ainda mais o preço final pago pelos cooperados e aumentando a remuneração de seus investimentos
No plano societário, são regulados pela Lei das sociedades Anônimas	São reguladas pela Lei Cooperativista e por legislação própria

Fonte: Meinen e Port (2012).

Na tabela acima podemos observar a diferenciação entre as propostas de cada tipo de instituição onde a divergência principal é o objetivo de cada uma. Na cooperativa de crédito a proposta é de que sua existência acontece em função do cooperado, tendo ele garantia de participação nos resultados e o seu capital é somente um meio de suprir as suas necessidades. Por outro lado, o sentido de um banco comercial refere-se apenas ao acúmulo de capital de seus investidores, sendo as diretrizes limitadas exclusivamente neste sentido.

Para Baioto (2018), as cooperativas de crédito constituem um ramo do cooperativismo formado por organizações que não visam lucros e são formadas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados. Ainda segundo o autor, as cooperativas de crédito atuam no sentido contrário à lógica acumulativa de capital monetário, pois operam em uma melhor distribuição desses capitais em uma ação contra hegemônica.

Neste sentido, um banco comercial visa garantir uma boa imagem social, porém com interesses de aumento de produtividade, conseqüentemente visando sempre maiores lucros. Em uma cooperativa de crédito o objetivo não é o lucro, mas sim garantir a eficiência na prestação de serviços, administrando os recursos de seus associados de forma mais vantajosa para todos. Esses recursos ficam retidos na cooperativa, sendo aplicados na região de atuação, isso tende a criar um círculo virtuoso, contribuindo para o desenvolvimento sustentável em sua área de atuação.

3 DIMENSÕES DO CONHECIMENTO NA GESTÃO DE COOPERATIVAS: EDUCAÇÃO COOPERATIVA E CULTURA COOPERATIVISTA

O conhecimento representa um fator estratégico em qualquer organização, representando um valor intangível importante. No âmbito da organização cooperativa, esta dimensão pode potencializar ou restringir o entendimento sobre a complexidade da organização. Para trabalhar este tema, delimitamos três momentos de análise sobre a relação entre conhecimento e gestão. Inicialmente, com a questão da educação cooperativa, a fim de evidenciar o tema, conhecido e abordado

no cooperativismo, posteriormente a questão da gestão do conhecimento e por último o sentido de capital intelectual.

3.1 Educação cooperativa e cultura cooperativista

A educação sempre esteve presente no movimento cooperativo desde os primórdios de sua existência com os pioneiros de Rochdale. Eles perceberam a necessidade da educação constante e permanente de seus membros para que pudessem evoluir no âmbito do conhecimento. Schneider Hendges e Silva (2010) destacam que apesar da relevância dada à educação pelos pioneiros, em 1937, durante o congresso da ACI em Paris, a prioridade da educação dentro do cooperativismo foi contestada, alguns cooperativistas não a entendiam como participante efetiva dos princípios dos pioneiros. Porém, segundo os autores, essa contestação não prevaleceu, pois no congresso da ACI em Viena no ano de 1966 ela foi supressa, voltando a assumir a sua devida importância e prioridade. (SCHNEIDER HENDGES E SILVA, 2010).

Compreendendo educação cooperativa como um princípio cooperativista e também relacionada com os valores da transparência e responsabilidade, para Schneider, Hendges e Silva (2010), a educação cooperativa vem a ser um conjunto de ensinamentos com o intuito de proporcionar maior aporte cultural nos envolvidos, trabalhando valores, princípios e normas cooperativistas, sendo uma educação voltada ao desenvolvimento da pessoa humana, plenamente consciente do seu papel e da sua responsabilidade perante à sua instituição. A educação cooperativa proporciona o fortalecimento da identidade cooperativista, orientando as ações do associado, levando-o a conhecer seus direitos e deveres enquanto sócio, percebendo a diferença entre empresas capitalistas convencionais e cooperativas, motivando-o a respeitar o estatuto e o regimento interno, agindo para o interesse coletivo e não apenas o pessoal.

Uma cooperativa faz parte de um coletivo dinâmico devendo sempre manter seu ritmo de atualização, caso contrário passará a ser naturalmente extinta no atual

campo de acentuada concorrência. Neste sentido a contribuição da educação e formação cooperativa é de um valor incalculável, pois inspirada em seus valores e princípios parte de uma realidade local, porém com ampla aplicação, visando proporcionar uma capacidade de visão e análise tangível, englobante e consciente, aberto às múltiplas mudanças no tempo. (SCHNEIDER, HENDGES E SILVA, 2010).

Os autores destacam que a educação é a compreensão ampliada de formação, onde no processo da formação engloba tanto o desenvolvimento pessoal quanto o desempenho profissional das pessoas envolvidas. Neste sentido, especificamente, a educação cooperativa compreende o estudo dos valores e princípios do cooperativismo proporcionando maior aporte cultural aos envolvidos, sendo uma educação voltada ao desenvolvimento da pessoa, buscando a consciência do seu papel e responsabilidade perante à cooperativa. Já a formação e mais especificamente a capacitação cooperativa atuam de forma técnica nos métodos e procedimentos relacionados com a gestão eficiente da cooperativa podem ser entendidas como um conjunto de técnicas e ensinamentos destinados aos colaboradores da cooperativa, com o intuito de que desempenhem com maior eficiência e qualidade o seu trabalho.

A partir das considerações desenvolvidas, identifica-se que a proposta de educação e capacitação cooperativa como forma de fomentar uma cultura cooperativista, necessita ser compreendida partindo de suas peculiaridades em relação ao que se propõe. Baioto (2018, p. 68 apud SCHNEIDER, 2007, p. 23) destaca:

Os valores cooperativos se configuram como uma proposta de uma “cultura cooperativista” do trabalhador, além de uma ação de conveniências; é de se dizer que o atuar em uma cooperativa significa um ato político contrário à lógica de competição de mercado. Sendo assim, ações voltadas à educação cooperativista remetem-se a um projeto político de construção de uma cultura cooperativista por se configurarem como um elemento de transformação, por onde o agir cooperativo objetivo um processo de apropriação da gestão do empreendimento, tanto na dimensão econômica como no ato democrático participativo das decisões [...] o ato da educação vai além da mera distribuição de conhecimento, tem a ver com comprometer a mente dos sócios a fim de se compreender a complexidade da proposta cooperativa, em outras palavras, estimular o surgimento de uma cultura cooperativista.

Neste contexto, quando a educação cooperativa não é trabalhada, o cooperado não reconhecerá os sentidos da cooperativa, trazendo consequências negativas como o desconhecimento dos valores e princípios cooperativistas, o papel

da cooperativa de agente transformador do desenvolvimento socioeconômico na região onde atua, a não participação de eventos da cooperativa como assembleias por exemplo, o descompromisso com as diretrizes da cooperativa, entre outras características. Sem a educação cooperativa, no entendimento do cooperado a cooperativa será uma instituição financeira como um banco convencional, onde ele usufrui apenas o que lhe é conveniente, não estando comprometido com a instituição.

Sobre o 5º princípio cooperativista, Baioto (2018, p. 66 apud SCHNEIDER, 2007, p. 10) cita que:

Educação significa também conhecimento, para que um sócio ingresse em uma cooperativa que possui característica a adesão voluntária. Faz-se necessário que conheça os valores e os princípios e regras que norteiam o movimento cooperativo e a empresa da qual as pessoas irão fazer parte. A ignorância em relação ao processo cooperativo com todas as suas expressões e ramificações, implica numa experiência amarga, correndo risco de ser transmitida erroneamente a possíveis interessados e deixando de tal forma uma imagem negativa sobre a estrutura das cooperativas.

Podemos perceber que a educação cooperativa potencializa o sentido de existência do cooperado na cooperativa, disseminando os demais princípios e também os valores cooperativistas, caracterizando este tipo de empreendimento. Baioto (2018) considera que a ampliação do conhecimento do colaborador sobre cooperativismo amplia o sentido de pertencimento deste para com a cooperativa, possibilitando maior estreitamento nos laços de relacionamento com o associado e conseqüentemente para com a sociedade, possibilitando a ampliação de resultados tangíveis e intangíveis. Questão essa evidenciada na tese do autor, onde na sua pesquisa desenvolvida através de um estudo de caso na cooperativa de crédito Sicredi Pioneira no âmbito de fidelização do associado, há uma relação direta entre o fomento de uma cultura cooperativista na geração de resultados, possibilitando maior sinergia entre a cooperativa e a comunidade.

Compreendendo a educação cooperativa como uma ação estratégica para a geração de uma cultura cooperativista, Baioto (2018, p. 68 apud SCHNEIDER, 2007, p. 23) nos diz que a educação vai além da mera distribuição de conhecimento, tem a ver com compreender a mente dos sócios a fim de se compreender a complexidade da proposta cooperativa, em outras palavras, estimular o surgimento de uma cultura cooperativista. Considera ainda o autor que:

A educação cooperativa representa uma ferramenta importante, a fim de potencializar uma cultura cooperativista gerando um aprofundamento necessário referente à construção de um ambiente adequado a uma real adesão aos princípios e valores cooperativos por parte dos cooperados e da comunidade próxima à cooperativa. (BAIOTO, 2018, p. 62).

Neste contexto, consideramos que a educação cooperativa seria o primeiro passo para a construção de uma cultura cooperativista, potencializando estrategicamente aspectos intangíveis e, conseqüentemente agregando valor a aspectos tangíveis para a obtenção de resultados de sua dupla dimensão.

Neste sentido, considera-se que o investimento em educação cooperativa através da gestão do conhecimento é um fator estratégico a ser considerado pela gestão da cooperativa, como forma de gerar uma cultura cooperativista, agregando valor e trazendo sustentabilidade aos resultados cooperativa.

Para Baioto (2018) a educação cooperativa se configura a partir da construção de conhecimento e diretrizes voltados à prática cooperativista, passando a ser um instrumento de transformação no entendimento do cooperado, fomentando uma cultura cooperativista, potencializando o comprometimento deste para com a cooperativa.

3.2 Gestão do conhecimento como fator estratégico para a gestão de cooperativas

A gestão do conhecimento visa identificar e analisar os conhecimentos disponíveis e desejáveis dentro de uma empresa para o seu desenvolvimento, otimizando e aproveitando os recursos já existentes para serem empregados de maneira mais prática. De acordo com Coutinho (2008 apud LACOMBE e HEILBORN, 2003), o conhecimento está sendo visto com uma forma de destaque dentro de uma empresa, conhecimento este que passa a ser um grande desafio em saber qual a melhor forma de administrá-lo, considerando que a maior parte dele não está nas organizações, mas sim na mente de seus colaboradores.

Neste contexto, Coutinho (2008, apud NONAKA e TAKEUCHI, 1997) destaca o conhecimento em duas partes, tácito e explícito. O conhecimento tácito é aquele

que é adquirido conforme a experiência do indivíduo na empresa, de acordo com suas emoções, valores ou ideais, conhecimento este difícil de ser expressado, pois parte da percepção de cada colaborador. Já o conhecimento explícito refere-se ao conhecimento transmissível em linguagem formal, podendo ser expressado em palavras e números através de veículos escritos, verbais ou meios eletrônicos.

Neste sentido, entende-se que uma empresa que não possui uma estratégia para gerir o conhecimento de seus colaboradores acaba perdendo a oportunidade de fazer com que eles transmitam esse conhecimento de forma espontânea para novos colaboradores e conseqüentemente aos cooperados. Caso este colaborador venha a se desligar da empresa a perda pode ser muito maior, seus conhecimentos adquiridos após o tempo de convivência podem não ser transmitidos acarretando em uma perda de capital intelectual para a empresa.

Na gestão das cooperativas não é diferente, inclusive como já visto, o 5º princípio que fala sobre educação, treinamento e informação já traz essa questão da gestão do conhecimento, com o intuito de capacitar o colaborador de forma com que ele possa contribuir de forma eficaz para o desenvolvimento da cooperativa.

Reconhecemos que no âmbito do conhecimento em cooperativa – a dimensão do conhecimento explícito, a educação cooperativa, em suas dimensões relacionadas, a gerar significação e diferenciação entre cooperativa e um banco formal. Em outras palavras, a educação cooperativa representa o conhecimento necessário ao desenvolvimento de uma cultura cooperativista. Já o conhecimento tácito representa o conhecimento técnico operacional, que absorve a atenção e o trabalho do colaborador em aspectos operacionais. Avaliamos que este conhecimento em determinado momento, pode representar um distanciamento de uma análise mais aprofundada sobre o propósito de estar em um empreendimento cooperativo. Consideramos que esta gestão do conhecimento, tácito e explícito, também representa um desafio na gestão de cooperativas.

3.3 Sinergia de capitais

A gestão de uma empresa comum trabalha em prol da geração de resultados econômicos, porém, em uma cooperativa, considerar apenas seu êxito econômico

compromete seu sentido de existência, colocando em segundo plano todos os valores e princípios característicos do cooperativismo. (SCHNEIDER, 2003). Na visão de Baioto (2018), a viabilidade de um empreendimento que se propõe cooperativista se dá a partir da geração de resultados econômicos e sociais. Reconhecemos os resultados sociais como recursos intangíveis em uma cooperativa. No momento em que um recurso intangível é identificado e trabalhado, automaticamente outros recursos intangíveis serão desenvolvidos, possibilitando uma sinergia entre eles. Quando essa sinergia é identificada, aumenta a capacidade da geração de resultados sociais e conseqüentemente econômicos, possibilitando uma eficiência cooperativista. Baioto (2018) considera que o reconhecimento de uma eficiência cooperativista teria como referência os valores e princípios do cooperativismo aliados aos resultados de sustentabilidade socioeconômica do empreendimento, considerando a necessidade de integrar tanto aspectos tangíveis como intangíveis relacionados à gestão da cooperativa. O autor reconhece a necessidade da construção de um conceito específico de como obter uma eficiência cooperativista, característico da gestão de uma cooperativa, como sendo:

O reconhecimento de que os resultados objetivados como fins da gestão de uma organização cooperativa são indissociáveis de sua dupla dimensão, (social/econômica) e que os princípios cooperativistas são balizadores desses resultados. (BAIOTO, 2018, p. 90).

Sendo assim, podemos compreender a diversidade que abrange o resultado de uma cooperativa, onde o objetivo desse modelo de organização não se restringe somente à sua efetividade econômica.

Neste contexto, avaliamos que a relação de dependência tanto dos resultados sociais, educação e formação e resultados econômicos, compõem indicadores de uma eficiência no resultado de uma cooperativa. Diante disso, reconhecemos a educação e formação como elemento crucial para compor a sustentabilidade da cooperativa, com o intuito de promover a cultura cooperativista, considerada um capital intangível quando não trabalhada, podendo vir a se tornar um recurso tangível para a cooperativa. Neste sentido, podemos perceber que quando um capital intangível é reconhecido e trabalhado, pode vir a se tornar um capital tangível, gerando uma sinergia entre esses capitais, potencializando resultados sociais, angariando resultados multidimensionais característicos de um empreendimento cooperativo.

Economicamente entende-se que capital é tudo o que possui valor dentro de uma empresa, neste sentido temos capitais tangíveis e intangíveis. Capitais tangíveis são aqueles que podemos visualizar, tocar, comprovar, medir, etc. O capital intangível seria o oposto, são bens que não possuem conteúdo físico, aquilo que não pode ser percebido através do tato, como o conhecimento que os colaboradores possuem através de sua experiência, suas habilidades e atitudes, rede de relacionamentos interna e externa, etc. Em um empreendimento denominado cooperativo temos os princípios e valores que regem o cooperativismo, os objetivos e sonhos comuns do grupo, bem como a percepção do cooperado sobre a qualidade e confiabilidade perante os produtos e serviços disponibilizados pela cooperativa. Baioto (2018).

De acordo com Baioto (2018 apud PUTNAM, 2011) dentro das normas adotadas pelo Banco Mundial em sua avaliação de projetos de desenvolvimento, o capital pode ser identificado como: capital natural, que se caracteriza pelos recursos naturais de um país; capital financeiro, que é composto por bens de capital, imobiliário entre outros produzidos pela sociedade; capital humano, constituído por saúde, nutrição e educação da sociedade; capital social que é a capacidade da sociedade de estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com objetivos coletivos; e capital intelectual como sendo o conhecimento, a experiência, a informação e os vínculos que o colaborador possui.

Dentro desse contexto, podemos identificar que esses capitais interagem entre si atuando de forma sinérgica, baseados nesta premissa avaliamos o capital intelectual como sendo uma forma de agregar valor na gestão da cooperativa. Uma vez a gestão da cooperativa reconhecendo, identificando e trabalhando esse capital, potencializará estrategicamente o conhecimento de seus colaboradores, gerando melhores resultados para a gestão, como eficiência cooperativista.

Nesta área, da sinergia de capitais, aprofundamos para esta pesquisa, o tema do capital intelectual, por reconhecermos a relação entre este conceito com os sentidos da educação cooperativa. O capital intelectual como um valor a ser gerado dentro da cooperativa, tem condições de estimular inclusive outros capitais, pois segundo Baioto (2018), a sinergia de capitais se dá em especial pelo investimento no fator humano e seus processos de significado, sendo o conhecimento um desses processos.

3.4 Capital intelectual

O conhecimento é um capital ilimitado e quanto mais trabalhado, mais ele se desenvolve, por isso não pode ficar estagnado. O talento dos colaboradores, a informação, o caráter dos seus relacionamentos com os clientes, a experiência juntamente com seu conhecimento compõe o que vem a ser o capital intelectual de uma empresa. (STEWART, 1998).

Coutinho (2008 apud LACOMBE e HEILBORN, 2003) afirma que o capital intelectual é composto pelo somatório dos conhecimentos, informações, propriedade intelectual e experiência de todos em uma empresa, que podem ser utilizados para gerar riqueza, proporcionando o desenvolvimento e a implementação de estratégias eficazes.

Na visão de Schneider, Hendges e Silva (2010), uma cooperativa faz parte de um coletivo dinâmico, devendo manter seu ritmo da atualização, caso contrário será naturalmente eliminada no atual campo de acentuada concorrência. Por isso a contribuição da educação cooperativa é de valor incalculável, pois, inspirada em seus valores, princípios e objetivos comunitários, partindo de uma realidade local, porém com ampla aplicação, visa proporcionar uma capacidade de visão e de análise tangível, englobante e consciente de não ser um modelo estático, mas aberto às múltiplas mudanças no tempo. Ainda segundo os autores:

[...] a presença da educação no cooperativismo é de grande importância, da mesma forma como no processo econômico, social e político é uma instância que afeta tudo e a todos, os componentes econômicos, sociais, políticos e éticos. Cada um destes componentes deve desempenhar um papel específico no sistema, mantendo a interdependência em prol de uma sinergia total. Basta que um só destes elementos se modifique, que modificará toda a estrutura. (SCHNEIDER, HENDGES E SILVA, 2010, p. 28)

Podemos destacar com base nas definições acima citadas que o capital intelectual tem uma relação direta com a gestão do conhecimento, e conforme mencionado anteriormente, a produção e a reprodução de conhecimento são elementos estratégicos para a sustentabilidade de um empreendimento cooperativo. A educação/capacitação cooperativa está inserida neste contexto, como sendo também um capital intangível, que necessita ser identificado, reconhecido e

trabalhado como forma de agregar valor na gestão da cooperativa, potencializando estrategicamente o conhecimento dentro da cooperativa, otimizando a geração de resultados.

Nesta etapa tentamos evidenciar a relação entre educação cooperativa, como sendo uma estratégia relacionada a potencializar capitais intangíveis na cooperativa, relacionada ao fator humano, em especial o fator construção de significado de cultura. Neste sentido, tanto o entendimento de capital intelectual como gestão do conhecimento, evidenciam a complexidade do tema, bem como a importância desta dimensão tanto para a sustentabilidade da cooperativa, como para desenvolvimento de aspectos de inovação e crescimento.

4 METODOLOGIA

4.1 Delineamento da pesquisa

A pesquisa a ser realizada será de forma qualitativa, pois tem como objetivo analisar a percepção dos colaboradores de um ponto de atendimento da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale sobre a importância do cooperativismo de crédito na sua região de atuação.

Uma pesquisa feita de forma qualitativa visa compreender descrições, interpretações e análises de informações, fatos, ocorrências e evidências que naturalmente não são expressas por dados e números. Neste sentido, as técnicas de coleta são mais específicas, como por exemplo: entrevistas, observações, análise de conteúdo, observação participante, questionários, etc. (MARTINS E THEÓPHILO, 2009).

O método qualitativo busca explicar o porquê das coisas, revelando o que convém ser feito, porém, não quantificam os dados, concentrando-se na compreensão e explicação da dinâmica do tema proposto, tendo como objetivo o aprofundamento da compreensão de um determinado grupo.

No primeiro momento da pesquisa, o pesquisador considerou relevante optar por demonstrar os resultados das perguntas referente ao módulo I de forma

quantitativa, por se tratarem de dados genéricos relacionado à delimitação do perfil dos colaboradores respondentes. Na visão de Martins e Theóphilo (2009), sobre a combinação dos métodos qualitativo e quantitativo, é importante salientar que hoje o pensamento predominante é de que os limites da pesquisa qualitativa podem ser contrabalanceados pelo alcance da quantitativa e vice-versa. Sob essa perspectiva, as duas abordagens não são percebidas como opostas, mas sim como complementares.

A abordagem de pesquisa escolhida para este estudo é o estudo de caso. Segundo Martins e Theóphilo (2009, p.61-62)

A estratégia de pesquisa de estudo de caso pede avaliação qualitativa, pois seu objetivo é o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente. Trata-se de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro do seu contexto real (pesquisa naturalística), onde o pesquisador não tem controle sobre eventos e variáveis, buscando aprender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender, e interpretar a complexidade de um caso concreto. Mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado – problema da pesquisa -, o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida plenamente pela avaliação quantitativa.

4.2 Unidade de análise e sujeitos da pesquisa

O Sicoob Alto Vale foi fundado em 1º de julho de 1988 com o nome de Cooperativa de Crédito Rural Cravil Ltda – Credicravil, tendo 24 sócios fundadores, iniciando suas atividades em novembro do mesmo ano. Foi constituída para atender os associados de uma cooperativa de produção que já estava em atividades desde 1971. No decorrer de um ano de atividades a cooperativa já contava com cerca de 500 sócios. Teve um crescimento mais significativo a partir de 1992 com a assinatura de um convênio com o BESC que passou a prestar serviços de compensação às cooperativas do Estado de Santa Catarina. Sua evolução se acentuou a partir de 1997, com a criação do BANCOOB que até hoje é o responsável pelos serviços de compensação para todas as cooperativas SICOOB. O Sicoob Alto Vale vem ampliando sua dimensão com a abertura de novos PA's, hoje totalizando 17 unidades, contendo pouco mais de vinte e oito mil sócios. Sua área de abrangência compõe a região do Alto Vale do Itajaí em Santa Catarina, atuando

nas seguintes cidades: Agronômica, Agrolândia, Aurora, Braço do Trombudo, Imbuia, Ituporanga, José Boiteux, Petrolândia, Presidente Getúlio, Pouso Redondo, Rio do Campo, Rio do Oeste, Salete, Taió, Vidal Ramos e duas unidades em Rio do Sul, sendo uma a unidade administrativa. A figura abaixo ilustra a área de atuação da cooperativa:

Figura 3 – Mapa da área de atuação – Sicoob Alto vale



Fonte: Divulgação Sicoob Alto Vale, 2019.

A unidade caso escolhida para ser trabalhada será um PA localizado no centro da cidade de Rio do Sul, estado de Santa Catarina. Atualmente possui cerca de 2.700 cooperados e é composta por 8 funcionários, onde serão entrevistados 7

deles, sendo o oitavo o pesquisador deste trabalho, fazendo parte do quadro de colaboradores há 8 anos.

4.3 Técnica de coleta de dados

Visando uma estratégia de evidenciar a percepção do colaborador sobre o tema trabalhado, a técnica de coleta de dados será realizada por meio de um questionário com perguntas abertas e pesquisa bibliográfica. Optou-se por não mencionar os nomes dos colaboradores para que os mesmos não se sentissem constrangidos ao responderem os questionários, buscando a maior sinceridade possível.

O questionário é um importante e popular instrumento de coleta de dados para uma pesquisa. Trata-se de um conjunto ordenado e consciente de perguntas a respeito de variáveis e situações que se deseja medir ou descrever. Um questionário com perguntas abertas é usado quando o informante pode responder livremente com frases e orações. (MARTINS E THEÓPHILO, 2009).

A pesquisa bibliográfica é uma estratégia de pesquisa necessária para a condução de qualquer pesquisa científica, ela procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros, periódicos, revistas, dicionários, jornais, etc. (MARTINS E THEÓPHILO, 2009).

4.4 Técnica de análise de dados

A técnica de análise de dados usada neste trabalho consiste em três etapas interativas e contínuas: a primeira é a redução de dados, como sendo um processo contínuo de seleção, simplificação, abstração e transformação dos dados originais; a segunda será realizada via apresentação de dados que consiste em organizar os dados de tal forma que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões; por

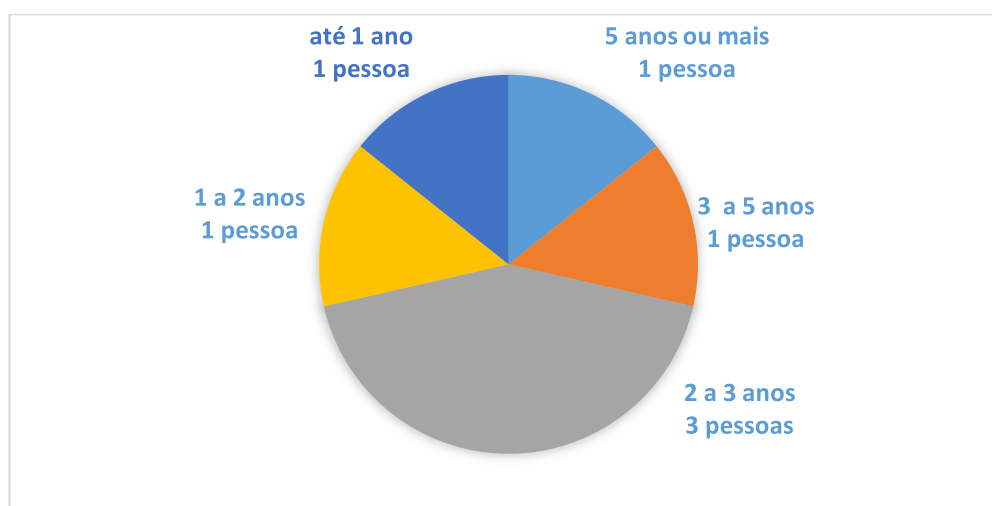
fim a terceira etapa sendo o delineamento e busca das conclusões, identificação dos padrões, possíveis explicações e configurações. (MARTINS e THEÓPHILO, 2009).

5 ANÁLISE DOS DADOS

Os questionários foram distribuídos no dia 19 de março de 2019, onde foi solicitado a máxima sinceridade possível perante às perguntas. Neste questionário estruturado, as perguntas foram divididas em três módulos a fim de proporcionar melhor entendimento na interpretação das respostas. Demonstraremos a seguir em forma de gráficos, para melhor entendimento, as **perguntas referente ao módulo I**, que tem a intenção de identificar o colaborador.

Primeira questão: Há quanto tempo você faz parte do quadro de colaboradores do Sicoob Alto Vale?

Gráfico 1 – Tempo que trabalha na cooperativa



Fonte: dados da pesquisa, 2019

Para posterior análise, ordenamos os colaboradores da seguinte maneira: o colaborador A possui 5 anos de experiência, colaborador B possui 3 anos de experiência, colaborador C possui 2 anos e 6 meses de experiência, colaborador D possui 2 anos e 3 meses de experiência, colaborador E possui 2 anos de experiência, colaborador F possui 1 ano e 4 meses de experiência e por fim o colaborador G possui 7 meses de experiência.

Segunda questão: Já ouviu falar em cooperativismo antes de se tornar um colaborador da cooperativa?

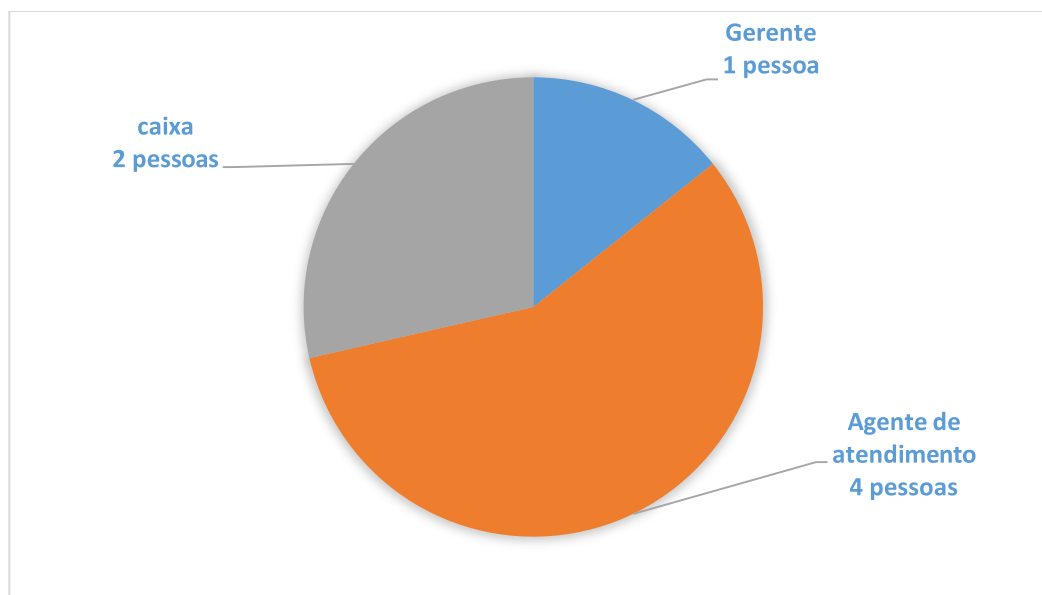
Gráfico 2 - Já ouviu falar sobre cooperativismo antes de trabalhar na cooperativa?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Terceira questão: Qual sua função/área de atuação na cooperativa?

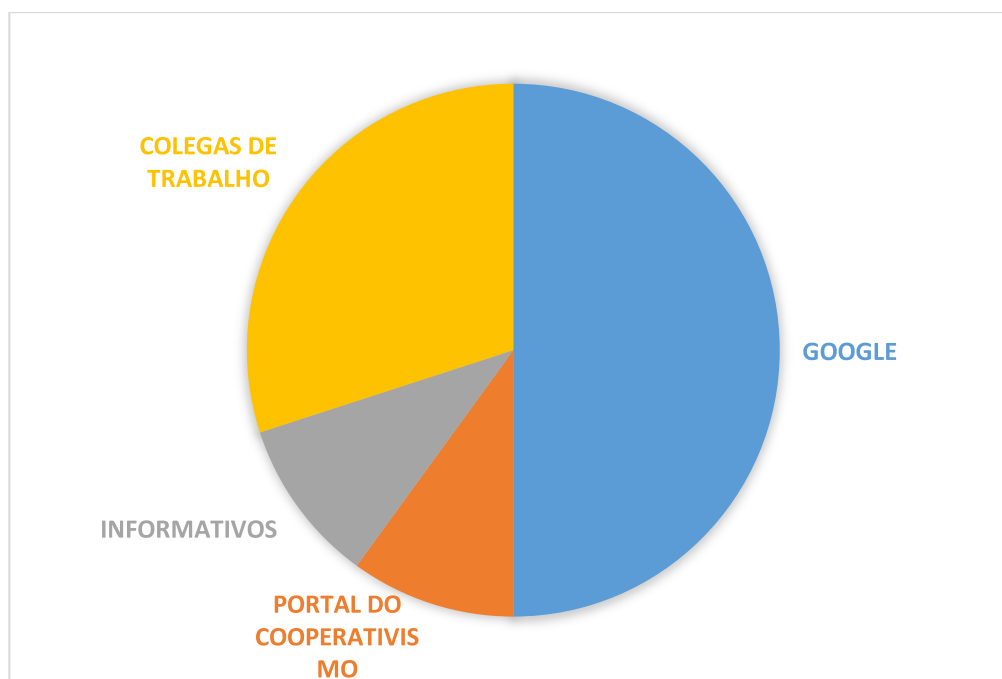
Gráfico 3 – Função atual na cooperativa



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Quarta questão: Caso você precise de alguma informação sobre cooperativismo, quais fontes de informação costuma acessar?

Gráfico 4 – Fontes de informação para acesso ao tema cooperativismo



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com o gráfico acima, podemos observar que os colaboradores aparentam não possuírem informações sobre o cooperativismo na própria cooperativa, buscando tais informações na internet ou com colegas de trabalho. Caso a cooperativa estivesse trabalhando a educação cooperativa junto aos colaboradores, os mesmos não precisariam acessar outras fontes para obterem tal informação, ou no caso de novos colaboradores, poderiam acessar materiais disponibilizados pela própria cooperativa.

Se tratando das perguntas dos módulos II e III estas serão apresentadas de forma descritiva para melhor entendimento do leitor. Avaliamos relevante destacar 3 respostas para cada pergunta, em diferentes estágios de permanência na cooperativa.

As **perguntas do módulo II** são relacionadas à percepção do colaborador sobre o cooperativismo.

Quinta questão: Na sua opinião, como a cooperativa de crédito Sicoob Alto vale influencia no desenvolvimento da região em que atua?

“ De forma relevante, capta e reinveste recursos em nossa área de atuação.” (Entrevistado A).

“ Influencia, no entanto poderia ser mais ativa”. (Entrevistado B).

“ Influencia oferecendo produtos e serviços mais em conta, fazendo com que o associado movimente em nossa região, mas também tenho uma visão que poderia ser melhor.” (Entrevistado C).

Podemos observar a diferença no entendimento dos colaboradores entrevistados. O entrevistado A responde de forma sucinta, citando um dos vários papéis do cooperativismo na sua área de atuação. O entrevistado B reconhece que a cooperativa poderia ser mais ativa no desenvolvimento, já o entrevistado C, além de priorizar produtos e serviços, também diz que poderia melhorar. Schneider, Hendges e Silva (2010), apontam que uma cooperativa teria condições de combinar aspectos econômicos e sociais, sem recorrer à maximização do lucro, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico de sua região.

Sexta questão: Na sua opinião, quais fatores seriam limitadores para o crescimento do cooperativismo na região do Alto Vale?

“Pré julgamento das pessoas em relação às cooperativas e a desconfiança”. (Entrevistado D).

“A falta de entendimento, a baixa instrução”. (Entrevistado E).

“A cultura da região, onde se pensa muito em si e não no próximo”. (Entrevistado F).

Observa-se que, no entendimento dos colaboradores, a falta de conhecimento por parte das pessoas e até mesmo a cultura enraizada seriam fatores que limitariam o crescimento do cooperativismo na região, atitudes individualistas também foram destacadas. Como nos dizem Schneider, Hendges e Silva (2010), a educação cooperativa visa proporcionar maior aporte cultural aos envolvidos, percebendo a diferença entre empresas capitalistas convencionais e cooperativas, agindo em prol do interesse coletivo e não apenas pessoal.

Sétima questão: O que poderia ser feito para que as cooperativas pudessem se desenvolver mais na região?

“Mostrar à população o real significado das cooperativas, pois assemelham muito à bancos e taxas menores. Mudar ou criar espaço no pensamento das pessoas sobre o cooperativismo e os benefícios que esse conceito traz para a comunidade”. (Entrevistado F)

“A mudança de visão de cooperativismo para a de crescimento econômico”. (Entrevistado G).

“Ter mais a essência cooperativa, tanto em negócios como na comunidade. Através de eventos com palestras sem fins lucrativos”. (Entrevistado C).

Observamos que os colaboradores acima destacados reconhecem a falta de informação sobre cooperativismo para as pessoas. Schneider (2003) cita que a educação cooperativa além de indispensável, é também uma questão de

sustentabilidade para a instituição, caso contrário pode ser absorvida pelo processo social dominante que é a concorrência e o conflito.

Vejamos agora as **perguntas do modulo III** que se remetem à identificação da percepção sobre o trabalho na cooperativa.

Oitava Questão: Quais são os argumentos que você usa para evidenciar a importância do associado ter uma conta na cooperativa?

“Custo de aquisição dos serviços, participação no resultado, poder de voto, resultado socioeconômico”. (Entrevistado A).

“Distribuição dos resultados”. (Entrevistado B).

“Os benefícios que a cooperativa oferece como taxas de juros e participação nos resultados”. (Entrevistado F)

De acordo com as respostas, podemos identificar que se limitam apenas aos benefícios financeiros. Como vimos, as cooperativas de crédito constituem um ramo do cooperativismo formado por organizações que não visam lucros e são formadas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados atuando no sentido contrário à lógica acumulativa de capital monetário, operando em uma ação contra hegemônica. (BAIOTO, 2018).

Nona Questão: Quais as resistências que você percebe relacionadas à fidelidade do cooperado quando ele tem um produto disponível na cooperativa, mas mesmo assim prefere continuar com o serviço em outra instituição?

“Em outras instituições o crédito é liberado mais facilmente”. (Entrevistado G).

“A falta de conhecimento e entendimento sobre cooperativismo, apenas buscam taxas e a menor parcela”. (Entrevistado C).

“Na maior parte das vezes o preço”. (Entrevistado E).

Verifica-se que as repostas falam de crédito, taxas, preço e falta de conhecimento sobre cooperativismo. Conforme mencionado, Meinen e Port (2012) entendem que o ideal seria assegurar que os associados, adotando a postura de donos do empreendimento, tenha a cooperativa de crédito como sua principal instituição financeira. Se considerarmos o rigor do estatuto social – quando se reporta aos deveres dos associados e às consequências do seu não cumprimento -, essas situações configuram-se casos de eliminação do quadro de cooperados.

Décima questão: Como você identifica a importância do investimento em conhecimento sobre cooperativismo para a qualificação do seu trabalho na cooperativa?

“Primordial, serviços de modo geral possuem características semelhantes, essência de cooperativismo só nós temos”. (Entrevistado A).

“Conhecendo mais sobre cooperativismo é possível passar maior credibilidade ao associado”. (Entrevistado B).

“Essencial ”. (Entrevistado E).

Estas respostas demonstram o reconhecimento da importância da educação cooperativa em um empreendimento denominado cooperativo. De acordo com Schneider, Hendges e Silva (2010), é fundamental e indispensável as atividades de educação/capacitação nas cooperativas, para que possam nos diferenciar em relação às demais instituições, angariando resultados eficientes e melhores rendimentos junto à instituição e conseqüentemente seus sócios.

Décima primeira questão: Na sua opinião, quais as diferenças dos impactos gerados em uma comunidade por um banco comercial e uma cooperativa de crédito?

“O banco comercial disponibiliza crédito. A cooperativa vai além, oferece taxas atrativas e distribui o resultado entre os cooperados e não acionistas ”. (Entrevistado B).

“A cooperativa oferece os mesmos produtos e serviços que um banco oferece, porém com taxas menores, o que possibilita o cooperado ter acesso a algo que nunca teve. Além disso, o cooperado ‘recebe’ um

retorno dos resultados, nos bancos o lucro é dividido entre sócios e funcionários". (Entrevistado F).

"O banco 'individa' os clientes, as cooperativas conscientizam os associados". (Entrevistado E).

De acordo com as respostas, podemos observar que os argumentos são vagos e simplistas, não compreendendo de fato o papel de uma cooperativa em sua área de atuação. Garantir a eficiência na prestação de serviços, administrando os recursos de seus associados de forma vantajosa, aplicando na região de atuação, cria uma tendência para gerar um círculo virtuoso, contribuindo para o desenvolvimento sustentável na região aonde a cooperativa atua.

Décima segunda questão: De que maneira você poderia argumentar para o associado a importância de ele ser um cooperado?

"Mostrando o resultado da cooperativa". (Entrevistado G).

"Explicando sobre o cooperativismo e falando sobre a cooperativa, mostrando que ele faz a diferença e não é apenas mais um ". (Entrevistado D).

"Que ele é uma peça importante para essa engrenagem da cooperativa, pois como é uma cooperativa, precisamos das pessoas". (Entrevistado C).

Nota-se que as respostas são distintas de acordo com cada percepção, não obtendo um argumento firme, convicto. Para Schneider, Hendges e Silva (2010), o associado necessita compreender a sua responsabilidade como cooperado em contribuir nas diretrizes estratégicas da cooperativa em prol de uma comunidade mais transparente, digna, ética, solidária, com base na ajuda mútua entre as pessoas, reforçando relações democráticas, de participação em uma organização que atua na economia de forma redistributiva e não acumulativa.

Décima terceira questão: Como você poderia explicar ao cooperado a importância do Sicoob Alto Vale para a comunidade?

“O Sicoob Alto Vale está há 30 anos buscando desenvolvimento social. Iniciou com pequenos agricultores e hoje, além deles, alcançou também os empresários e os trabalhadores do meio urbano”. (Entrevistado B)

“Resultado socioeconômico”. (Entrevistado A).

“Nós do Sicoob Alto Vale tentamos através do cooperativismo trazer para a comunidade, entendimento de como aproveitar melhor o seu dinheiro através da educação financeira”. (Entrevistado D).

Nota-se que existe uma deficiência no entendimento dos colaboradores perante argumentos voltados ao cooperativismo. A gestão da cooperativa trabalhando a gestão do conhecimento através da educação cooperativa, teria condições de potencializar o entendimento dos colaboradores a fim de que os mesmos tenham pleno conhecimento sobre cooperativismo e que também possam transmitir aos cooperados de maneira unificada e objetiva.

Décima quarta questão: Qual o objetivo da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale como entidade financeira?

“Foco no cooperativismo, porém visando o lucro”. (Entrevistado E).

“Disponibilizar crédito para o desenvolvimento empresarial e pessoal, buscando melhorar a qualidade de vida de todas as pessoas”. (Entrevistado B).

“Gerar soluções financeiras de forma rentável e justa para os associados”. (Entrevistado D).

Fica claro na fala dos entrevistados que a cooperativa está voltada muito mais para resultados econômicos, perdendo a sua essência cooperativa. Conforme citado anteriormente, para Schneider (2003), a gestão de uma empresa comum trabalha em prol da geração de resultados econômicos, porém uma cooperativa considerar apenas seu êxito econômico compromete seu sentido de existência, colocando em segundo plano todos os valores e princípios característicos do cooperativismo.

Após o término da apresentação das respostas dos colaboradores, conclui-se que as diretrizes da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale estão voltadas mais

para o lado econômico da instituição, descaracterizando este tipo de empreendimento. Vimos também, através da percepção dos colaboradores, que os cooperados têm pouco entendimento sobre cooperativismo. Uma vez a gestão da cooperativa, reconhecendo e identificando capitais intangíveis, como o capital intelectual por exemplo, poderá trabalhar através da gestão do conhecimento a educação cooperativa no seu quadro de colaboradores, disseminando o conhecimento sobre cooperativismo para que estes possam, através de um atendimento por exemplo, evidenciar os benefícios que a cooperativa traz para a comunidade e conseqüentemente ao cooperado. Dessa maneira ele não passará a procurar outra instituição por causa de preços, tarifas ou taxas, reconhecendo seus deveres como associado, se identificando com a cooperativa.

Identificamos que a cooperativa poderia melhorar a capacitação de seus colaboradores com relação ao conhecimento sobre cooperativismo, onde os mesmos consideraram este tipo de conhecimento como sendo primordial, essencial. Compreendemos através dos conceitos desenvolvidos neste trabalho que o capital intelectual, gestão do conhecimento e educação cooperativa estão diretamente relacionados, e quando trabalhados, potencializariam resultados em prol de uma eficiência cooperativista.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento deste trabalho foi possível identificar que a educação cooperativa é essencial a um empreendimento cooperativo, a sua importância foi reconhecida e destacada desde os primórdios do cooperativismo moderno em Rochdale, e ainda hoje faz parte dos princípios cooperativos, o que a difere de uma empresa comum. Consideramos que o investimento em educação cooperativa através da gestão do conhecimento é um fator estratégico a ser considerado pela gestão da cooperativa, como forma de gerar uma cultura cooperativista, trazendo sustentabilidade à cooperativa.

Vimos que o capital intelectual representa um conjunto de informações, conhecimentos e experiências, que se compartilhado de forma estratégica, agrega

valor à cooperativa. Uma vez a gestão da cooperativa identificando e trabalhando esse capital, potencializará estrategicamente o conhecimento de seus colaboradores, gerando melhores resultados. Neste sentido, fica evidenciada a relação direta de gerar resultados através de capitais intangíveis como o conhecimento e a informação, trabalhando as duas dimensões do empreendimento cooperativo, resultando na eficiência cooperativista.

Com relação às entrevistas feitas com os colaboradores do PA centro de Rio do Sul/SC, podemos concluir que alguns colaboradores, com mais tempo de experiência e que também estão cursando a pós-graduação em gestão de cooperativas de crédito, tem um entendimento mais elevado sobre cooperativismo do que os demais, porém ainda superficial. Observamos também, pelas respostas dos colaboradores, que a cooperativa vem trabalhando o seu lado empresa (resultado econômico) com mais ênfase do que o cooperativismo, deixando de lado sua verdadeira identidade, comprometendo seu sentido de existência. Podemos perceber também que o conhecimento do colaborador e conseqüentemente do cooperado referente ao cooperativismo é limitado, comprovando que a cooperativa não desenvolve práticas de educação cooperativa. Compreendemos nas respostas o sentimento da necessidade de ter mais conhecimento sobre cooperativismo, podendo usar tais argumentos com mais segurança, passando maior credibilidade ao cooperado, agregando valor à cooperativa e conseqüentemente potencializando seus resultados.

A partir desta pesquisa avaliamos que o investimento em educação cooperativa é um fator estratégico relevante para a gestão da cooperativa. Trabalhando a educação cooperativa através da gestão do conhecimento, estes terão mais argumentos perante os associados, transmitindo uma linguagem unificada, estimulando os mesmos a serem mais participativos, exercendo sua condição de dono e usuário, passando realmente a fazer parte do empreendimento cooperativo, ou melhor compreendido como fidelização.

Acreditamos que esta pesquisa possa contribuir para a gestão da cooperativa compreender o potencial do capital intelectual existente na cooperativa, como forma de potencializar resultados da multidimensionalidade da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale.

Como resultado, avaliamos que ações futuras possam contemplar algumas dimensões como pensar estrategicamente a formação cooperativista, a importância

do investimento em cursos de aprimoramento, a possibilidade de pesquisas posteriores sobre o tema bem como a criação de um programa de educação cooperativa.

REFERÊNCIAS

BAIOTO, Carlos Daniel. **Cultura cooperativista como potencializador de eficiência cooperativista**: um estudo de caso da cooperativa de crédito Sicredi Pioneira. 2018. 234 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – (UNISINOS), São Leopoldo, 2018.

COUTINHO, Josefina Maria Fonseca. **A comunicação e a gestão do conhecimento**: uma análise na empresa AIQ. 2008. 238 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

História do cooperativismo. Disponível em: “www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo”. Acesso em: 04 fev. 2019.

LAZZARETTI, Silvan João Brandão. **A importância da cooperativa coopac para o desenvolvimento da cadeia do leite e de seus associados fundadores**. 2018. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em gestão de cooperativas) – Centro de Ensino Superior Riograndense – (CESURG). Sarandi, 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2ed. São Paulo: Atlas S.A., 2009.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo financeiro**: percurso histórico, perspectivas e desafios. 1.ed. Brasília: Confedbras, 2014.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **O Cooperativismo de crédito**: ontem, hoje e amanhã. 1.ed. Brasília: Confedbras, 2012.

NAMORADO, Rui. **O essencial sobre cooperativas**. 2. ed. Lisboa: Leya, 2018. Livro eletrônico.

NOVAES, Túlio Cesar. **Gestão por propósito**: como ela pode influenciar no resultado e na eficiência cooperativista de uma cooperativa de crédito. 2018. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialista em Cooperativismo) – Curso de Especialização em cooperativismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – (UNISINOS), Feliz, 2018.

ROSSI, Amélia do Carmo Sampaio. **Cooperativismo**: à luz dos princípios constitucionais. 1.ed. Curitiba: Juruá, 2011.

SCARIOT, Andressa. **O impacto do cooperativismo na vida dos cooperados**: Um estudo de caso a partir da cooperativa de agricultores e agroindústrias familiares de Caxias do Sul. 2018. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialista em Cooperativismo) – Curso de Especialização em Cooperativismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – (UNISINOS), São Leopoldo, 2018.

SCHNEIDER, José Odelso. **Educação cooperativa e suas práticas**. Brasília/São Leopoldo: Sescop/Edunisinos, 2003.

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

SISTEMA DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO (SICOOB). **Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.sicoobsc.com.br/sicoob-sc/cooperativismo/>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda, 1998.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Perguntas do módulo I – Identificando o colaborador

1 – Há quanto tempo você faz parte do quadro de colaboradores do Sicoob Alto Vale?

2 – Já ouviu falar em cooperativismo antes de se tornar um colaborador da cooperativa?

3 – Qual sua função/área de atuação na cooperativa?

4 – Caso você precise de alguma informação sobre cooperativismo, quais fontes de informação você costuma acessar?

Perguntas do módulo II – Relacionadas à percepção do colaborador

5 – Na sua opinião, como a cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale influencia no desenvolvimento da região em que atua?

6 – Na sua opinião quais fatores seriam limitadores para o crescimento do cooperativismo na região do alto vale?

7 – O que poderia ser feito para que as cooperativas pudessem se desenvolver mais na região?

Perguntas do módulo III – Identificando a percepção do colaborador sobre o trabalho na cooperativa

8 – Quais são os argumentos que você usa para evidenciar a importância do associado ter uma conta na cooperativa?

9 – Quais são as resistências que você percebe relacionadas à fidelidade do cooperado quando ele tem um produto disponível na cooperativa mas mesmo assim prefere continuar com o serviço em outra instituição financeira?

10– Como você identifica a importância do investimento em conhecimento sobre cooperativismo para a qualificação do seu trabalho na cooperativa?

11 – Na sua opinião - Quais as diferenças dos impactos gerados em uma comunidade por um banco comercial e uma cooperativa de crédito?

12 – De que maneira você poderia argumentar para o associado a importância de ele ser um cooperado?

13 – Como você poderia explicar ao cooperado a importância do Sicoob Alto Vale para a comunidade?

14 – Qual o objetivo da cooperativa de crédito Sicoob Alto Vale como entidade financeira?