

## Identificação do perfil e das percepções de associados de cooperativa de crédito no estado do Paraná

Identification of profile and perceptions of cooperative bank members state of Paraná

### Resumo

*O artigo tem por objetivo identificar o perfil e as percepções dos associados da Cooperativa de Crédito Sicredi da localidade de Novo Sarandi, Toledo-PR. Os dados foram obtidos a partir de pesquisa realizada diretamente com os associados no período de 18 a 31 de agosto de 2010 e foram processados com o software SPSS, a partir de estatística descritiva e cruzamentos de dados. Os resultados mostram que os associados têm diferentes percepções de acordo com sexo, idade e outras características sócio-econômicas, devendo ser observados esses fatores quando forem desenvolvidas políticas na área administrativa e mercadológica da Cooperativa de Crédito, não sendo possível tratar os associados de forma homogênea.*

**Palavras-chave:** *Cooperativa de Crédito, Perfil dos Associados, Percepções.*

### Abstract

*The work was carried out in the Sicredi cooperative bank from Novo Sarandi, Toledo Paraná with the objective to identify profile and perceptions of the agency members. The information was obtained by interviews performed in the period of 18th to 31st of August, 2010. For statistical description and matching of data, analyses were conducted using SPSS software. After evaluation of statistical analyses, was possible to verify differences of perceptions according to sex, age and socio-economic situation. In conclusion, the differences of profile and perception of the Sicredi cooperative bank members have to be considered during administrative and marketing procedures, and should not be treated homogenously.*

**Keywords:** *Cooperative Bank, Members Profile, Administrative Action.*

## 1. Introdução

Nos últimos anos as organizações cooperativas têm ocupado maior espaço no mercado. O cenário de crescente competitividade obriga as instituições a buscar meios e ações estratégicas para garantir a sua sobrevivência e continuidade. Assim, conhecer os clientes e possíveis consumidores e saber como vêm a mesma e seus produtos ou serviços é primordial. Desta forma, a busca de mecanismos que possam identificar e internalizar as informações do mercado e de segmentos específicos de consumidores auxilia no processo de tomada de decisão.

Embora as cooperativas de crédito tenham características diferentes dos bancos e são tratadas de forma especial pelo Banco Central, muitos dos regulamentos aplicáveis aos bancos também o são para as cooperativas. Também, do ponto de vista dos clientes, a comparação com os serviços prestados pelos bancos é comparada com a prestação dos serviços das cooperativas de crédito, tornando a competição um fator essencial a ser considerado. Com o mercado competitivo com intensidade em função da existência de grandes bancos com cobertura nacional e com milhares de agências, é preciso acompanhar esse crescimento, contudo sem deixar de resguardar os princípios do próprio cooperativismo.

Dentro desse ambiente, as cooperativas de crédito inserem-se oferecendo aos seus associados produtos e serviços de certa forma similares aos bancos. Embora tenham características diferentes, como pode ser observado nos desenvolvimentos do item 4 deste trabalho, de certa forma, os custos e qualidade dos serviços prestados são comparados entre as várias instituições que fornecem os mesmos.

A partir desse ambiente em que estão inseridas as cooperativas de crédito, a busca por conhecimento das percepções dos associados, a identificação dos perfis dos mesmos e suas expectativas podem contribuir no processo de tomada de decisão empresarial dos gestores das cooperativas.

Assim, a questão a ser colocada é qual o perfil dos associados da Cooperativa Sicredi de Novo Sarandi, Toledo, Paraná e quais são suas expectativas e avaliações do atendimento e dos produtos e serviços oferecidos?

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo geral

O objetivo do presente estudo consiste em avaliar o grau de conhecimento e satisfação dos associados da unidade de atendimento de Novo Sarandi do sistema cooperativo de crédito SICREDI quanto aos produtos e serviços oferecidos.

### 2.2. Objetivos específicos

- Analisar o perfil sócio econômico e a caracterização dos cooperados.
- Identificar o nível de utilização e de satisfação quanto aos produtos ofertados.
- Diagnosticar a diferença percebida pelo associado entre a sua cooperativa de crédito e um banco.

## 3. Metodologia

O Sistema de Crédito Cooperativo – SICREDI, atualmente opera com 128 cooperativas de crédito e mais de 1.000 pontos de atendimento em dez estados brasileiros, possui mais de um milhão, e quinhentos mil associados (SICREDI, 2010).

Este estudo trata-se de um método quantitativo, onde preliminarmente selecionou-se a Cooperativa de Crédito de Livre Admissão do Oeste do Paraná, Sicredi Oeste PR, a unidade de atendimento de Novo Sarandi, distrito da cidade de Toledo, interior do estado do Paraná.

A coleta de dados foi baseada em entrevistas individuais com os associados que compareceram na unidade de atendimento citada no período de 18 a 31 de agosto de 2010. Com a utilização de um questionário, foram abordados os clientes e realizadas as perguntas do mesmo. O questionário continha com 40 questões fechadas, sendo que o objetivo do mesmo foi verificar suas opiniões sobre a cooperativa, além da caracterização do associado, bem como seu perfil sócio econômico.

A unidade integrante da pesquisa possui aproximadamente 600 associados, contudo, a amostra constituiu-se de 101 entrevistas, permitindo assim um nível de confiança de 86% e uma margem de 6 % de erro.

Os dados foram processados usando o programa Statistical Package for the Social Sciences - SPSS. Posteriormente os resultados são apresentados por meio de gráficos e analisados mediante o emprego da estatística descritiva.

## 4. Cooperativas e cooperativas de crédito

Define-se cooperativa como uma organização de pessoas que se baseia em princípios de solidariedade, democracia, igualdade, responsabilidade e ajuda mútua, os objetivos econômicos e sociais são comuns a todos os cooperados. (OCB Sescop, 2010).

As cooperativas tiveram seu início através da necessidade de buscar alternativas econômicas para atuarem no mercado. Em 21 de dezembro de 1844 no bairro de Rochdale, em Manchester (Inglaterra), 27 tecelões e uma tecelã fundaram a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale onde cada integrante investia uma libra por mês durante um ano, tendo os indivíduos como finalidade e não o lucro. Os tecelões buscavam formas alternativas de desenvolvimento, frente ao capitalismo rígido que praticavam preços abusivos e o

aumento do desemprego, vindo pela revolução Industrial (Pontes, 2006, p.03).

No Brasil, o cooperativismo de crédito foi trazido da Europa pelo padre Theodor Amstad, tendo como finalidade reunir as poupanças das comunidades de imigrantes e disponibilizá-las a serviço do seu próprio desenvolvimento (SCHARDONG, 2002). Segundo Rambo (1981, p. 54 apud SCHARDONG, 2002): “foi em Linha Imperial, município de Nova Petrópolis, que o Padre precursor constituiu formalmente a primeira Cooperativa da espécie, em 28 de dezembro de 1902”.

No início da década de 1980, o modelo econômico brasileiro começa a mostrar sua fragilidade, os principais aspectos que desencadearam a crise nacional foram a elevada taxa de inflação que diretamente provocou uma queda nos níveis de poupança pública, possibilitando um ambiente de incertezas, o qual dificultou a retomada dos investimentos (FERNANDES; PAIS, 2010). O setor agropecuário também afetado pela exaustão das fontes de financiamento subsidiado, fez com que a Fecotriço, Federação das Cooperativas de Trigo e Soja do Rio Grande do Sul, percebe-se a possibilidade de criar um sistema alternativo aos produtores rurais.

Mário Krueel Guimarães, com intuito de alcançar esse objetivo, buscou inspiração nos modelos de financiamento agropecuário dos países europeus, onde as cooperativas de crédito se mostram como as principais instituições financeiras a serviço da comunidade. O apoio das cooperativas agropecuárias e a liderança da Fecotriço, as cooperativas remanescentes constituíram a Cooperativa Central de Crédito do Rio Grande do Sul. A partir desse fato, nasce o Sistema de Crédito Cooperativo do Rio Grande do Sul – SICREDI-RS. A notícia do ressurgimento do cooperativismo de crédito no Rio Grande do Sul chega ao Paraná, e a Ocepar, lideranças de cooperativas agropecuárias de diversas regiões e a Emater Paraná começam a discutir o assunto (CENTRAL SICREDI PARANÁ 2005).

Em 26 de agosto de 1981 constitui-se a Credival, em Londrina e em 30 de agosto do mesmo ano a Credipagro em Toledo que pretendia atuar em quase todo o Oeste do Paraná. Com a adesão das cooperativas de crédito do Paraná ao Bansicredi, em dezembro de 1996, o sistema passa a ser interestadual, e as decisões são tomadas em conjunto. Em 1999, é realizado o primeiro seminário de planejamento estratégico, onde definiu as principais mudanças que ocorreriam no sistema daí em diante, tais como a padronização da marca para SICREDI e também dos produtos e procedimentos (CENTRAL SICREDI PARANÁ, 2005).

O ano de 1995 foi um marco histórico para o cooperativismo de crédito. Pois foi nesse ano que o governo autorizou, através da Resolução 1.193, a constituição e funcionamento de bancos comerciais com participação exclusiva de cooperativa de crédito, proporcionando assim, acesso aos produtos e serviços bancários vedados

até então pela legislação vigente. Abria-se caminho para a compensação própria, cobrança, seguros, consórcio, cartões de crédito, acesso aos recursos BNDES e demais produtos e serviços (CENTRAL SICREDI PARANÁ, 2005).

A Credipagro passou a ser SICREDI Oeste PR, com a razão social de Cooperativa de crédito de Livre Admissão do Oeste, tendo como cidade sede Toledo, e abrangendo os municípios da região com as unidades de atendimento de Nova Santa Rosa, Ouro Verde do Oeste, São Pedro do Iguazú, São Pedro e os distritos de Toledo, sendo eles Dez de Maio, Vila Nova, Novo Sarandi (SICREDI, 2010).

Com este estudo, busca-se avaliar e mensurar o sentimento do associado ao ato cooperativo, o quanto ele percebe a diferença entre o sistema de cooperativa de crédito e banco, a sua contribuição para o desenvolvimento da cooperativa, o grau de importância percebido por ele em relação ao sistema, a percepção da colaboração da cooperativa de crédito para o crescimento das suas atividades econômicas, a utilização dos produtos oferecidos.

## 5. Resultados e discussão

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa realizada, conforme detalhado na metodologia.

Um dos aspectos principais é a segmentação dos resultados por gênero (masculino e feminino) para evidenciar diferenças entre os dois nas respostas obtidas.

Conforme mostra o Quadro 1, com o cruzamento das respostas por gênero, as percepções quanto a cooperativa de crédito ser diferente dos bancos tradicionais, observa-se percentuais maiores nos respondentes do sexo masculino afirmando que “sim” em 80,6% dos mesmos.

Por outro lado, o Quadro 2, que compara as características sócio-econômicas com avaliações quanto aos serviços em relação aos motivos de associação ao Sicredi, observam-se diferenças entre os associados da Cooperativa de Crédito de Livre Admissão do Oeste, da unidade de Novo Sarandi. Por exemplo, destacam-se as respostas quanto ao atendimento diferenciado entre os homens e mulheres, com um percentual de 27,7% do total de respondentes. Por outro lado, no sexo feminino 24,1% afirmam ser importante fator a solidez e confiabilidade da instituição, enquanto somente 11,1% dos homens identificaram essa questão como relevante.

A demissão ou aqui também chamado de desligamento do associado, ocorre a seu pedido, formalmente dirigido ao Conselho de Administração da cooperativa. Buscou-se a identificação dos principais motivos para ocorrer esse desligamento ou a diminuição da utilização dos produtos ofertados pela cooperativa. Na percepção dos entrevistados do sexo masculino o fator mais importante é o atendimento, seu relacionamento com o gestor de sua conta, presente em 29,2 % das respostas coletadas, em seguida, com 20,8 %, a competitividade

Quadro 1 - Identificação da Percepção dos Associados ao Comparar a Cooperativa com Bancos.

**Sexo \* Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes Crosstabulation**

% within Sexo

		Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes		Total
		Sim	Não	
Sexo	Feminino	65,5%	34,5%	100,0%
	Masculino	80,6%	19,4%	100,0%
Total		76,2%	23,8%	100,0%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Quadro 2- Identificação dos Motivos de Associação ao Sicredi.

**Qual você acredita ser o principal motivo para um indivíduo tornar-se associado do Sicredi \* Sexo Crosstabulation**

% within Sexo

		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Qual você acredita ser o principal motivo para um indivíduo tornar-se associado do Sicredi	distribuição das sobras	5,6%	3,4%	5,0%
	benefícios (serviços extras, sorteios, prêmios, reembolsos)	2,8%		2,0%
	produtos e serviços	4,2%	10,3%	5,9%
	competitividade de preços, tarifas, taxas	6,9%	6,9%	6,9%
	empresa sólida/confiável/reconhecida/experiente)	11,1%	24,1%	14,9%
	atendimento (relacionamento pessoal, agilidade...)	30,6%	20,7%	27,7%
	rede de caixas eletrônicos	4,2%		3,0%
	rede de unidades (ampla, abrangente, próxima)	19,4%	17,2%	18,8%
	indicação de amigo/familiar	15,3%	17,2%	15,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

de preços e tarifas praticadas pela cooperativa obteve o segundo maior percentual das respostas. Para o sexo feminino, com 27,6 %, a principal razão para se desligar ou diminuir sua utilização dos produtos é a competitivi-

dade de taxas e preços, e o fator imediato é a indicação de um amigo ou familiar para movimentar conta em outra instituição, tendo como porcentagem 20,7 de um total de 100 %. Como pode ser visto no quadro 3.

Quadro 3 - Identificação dos Motivos de Desligamento ao Sicredi.

**Qual é a principal razão para o Sicredi perder associados ou estes deixarem de utilizar seus produtos \* Sexo Crosstabulation**

% within Sexo

		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Qual é a principal razão para o Sicredi perder associados ou estes deixarem de utilizar seus produtos	distribuição das sobras	2,8%		2,0%
	benefícios (serviços extras, sorteios, prêmios...)	1,4%	3,4%	2,0%
	produtos e serviços	8,3%	17,2%	10,9%
	competitividade de preços, tarifas, taxas	20,8%	27,6%	22,8%
	empresa inexperiente	2,8%	6,9%	4,0%
	atendimento (relacionamento pessoal, atendimento demorado...)	29,2%	13,8%	24,8%
	rede de caixas eletrônicos	11,1%		7,9%
	rede de unidades pouco abrangentes	8,3%	10,3%	8,9%
	indicação de amigo/familiar para movimentar conta em outro b	15,3%	20,7%	16,8%
	<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Resultado da pesquisa.

Em referência ao quadro 2 e 3, conclui-se que para os homens o atendimento, relacionamento pessoal, agilidade, nível técnico dos gerentes é o fator de maior importância para um indivíduo tornar-se associado da cooperativa, em contrapartida, esse também é o fator principal para se perder associados no ponto de vista masculino.

Verificou-se que a probabilidade de recomendar um amigo ou parente para se associar ao Sicredi é maior para os respondentes do sexo feminino, com 41,4 % do total das entrevistadas. Em contrapartida esse percentual diminui para 25 % nos respondentes do gênero masculino. Conforme quadro a seguir.

Em relação ao tempo de associação, os entrevistados, associados no Sicredi a menos de um ano, têm o conhecimento da diferença entre cooperativas de crédito e banco, nota-se que todos possuem este entendimento. De uma forma generalizada pode-se concluir que a maioria dos associados percebem essa diferença. Como evidenciado no quadro 5.

Embora sem dados precisos, grande parte dessa base de associados não é necessariamente usuária contumaz dos serviços ofertados pelas cooperativas de crédito,

mas tão somente detentora de capital social, e como pode ser visto no quadro 6, um percentual elevado dos respondentes não desfrutam do conhecimento do valor integralizado em sua conta capital. Isto é evidenciado nos entrevistados que estão associados na cooperativa entre quatro anos a seis anos e onze meses, onde 51,6 % deles desconhecem quantas quotas partes possuem subscritas em sua conta capital.

O maior percentual encontrado referente ao conhecimento do valor integralizado é de 80 % para os associados a menos de um ano, visto que o tempo de associação é um fator que minimiza essa ciência, talvez pelo rateio das sobras líquidas e juros pagos ao capital e conseqüente falta de informação do valor proporcionado ao cooperativista. Contudo o percentual novamente aumenta no tempo de associação acima de sete anos, talvez devido a intenção de resgate das cotas partes, preservado o número mínimo de quotas, conforme diretrizes do estatuto social da cooperativa, onde proporciona esse resgate para os cooperados que possuem acima de sessenta e cinco anos de idade e dez anos ou mais de associação.

No quadro 7, é segmentado o tempo de associação,

Quadro 4 - Identificação da Probabilidade de Recomendar a Associação ao Sicredi.

**Qual a probabilidade de você recomendar a um amigo ou familiar que se associe ao Sicredi (de 0 a 100%, sendo 0 a menor probabilidade e 100 a maior probabilidade) \* Sexo Crosstabulation**

% within Sexo

		Sexo		Total
		Masculino	Feminino	
Qual a probabilidade de você recomendar a um amigo ou familiar que se associe ao Sicredi (de 0 a 100%, sendo 0 a menor probabilidade e 100 a maior probabilidade)	de 90 a 100%	25,0%	41,4%	29,7%
	de 80 a 90%	16,7%	3,4%	12,9%
	de 70 a 80%	25,0%	10,3%	20,8%
	de 60 a 70%	4,2%	3,4%	4,0%
	de 50 a 60%	5,6%	13,8%	7,9%
	de 40 a 50%	8,3%	17,2%	10,9%
	de 30 a 40%	5,6%		4,0%
	de 10 a 20%	4,2%	10,3%	5,9%
	de 0 a 10%	5,6%		4,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

Quadro 5- Percepção da Diferença Entre Cooperativa de Crédito e Banco.

**Tempo de associação na Cooperativa \* Tem conhecimento da diferença entre cooperativa de crédito e banco Crosstabulation**

% within Tempo de associação na Cooperativa

		Tem conhecimento da diferença entre cooperativa de crédito e banco		Total
		Sim	Não	
Tempo de associação na Cooperativa	acima de 12 anos	75,0%	25,0%	100,0%
	de 7 anos a 11 anos e 11 meses	81,6%	18,4%	100,0%
	de 4 anos a 6 anos e 11 meses	77,4%	22,6%	100,0%
	de 1 a 3 anos e 11 meses	73,7%	26,3%	100,0%
	menos de 1 ano	100,0%		100,0%
Total		79,2%	20,8%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

com isso percebe-se que os entrevistados, associados do Sicredi a menos de um ano, identificam como sendo a principal razão para se associar é a distribuição das sobras líquidas do exercício, presente em 20 % das respostas. Já para os associados na cooperativa entre um a três anos e onze meses, 50 % deles acreditam que o principal motivo são os benefícios oferecidos. Para os associados há mais de quatro anos e até seis anos e onze meses, a principal

razão para se associar à cooperativa é a rede de caixas eletrônicos, o que evidencia a presença do Sicredi na maioria dos estados brasileiros, conquistando espaço frente às demais instituições financeiras.

Na análise dos aspectos financeiros, fracionando a principal fonte de renda, nota-se que as diversas modalidades de receita percebem a diferença entre o Sicredi e as demais instituições financeiras que compõe o sistema

Quadro 6 - Conhecimento do Valor Integralizado em Conta Capital.

**Tempo de associação na Cooperativa \* Tem conhecimento do valor integralizado em sua conta capital Crosstabulation**

% within Tempo de associação na Cooperativa

		Tem conhecimento do valor integralizado em sua conta capital		Total
		Sim	Não	
Tempo de associação na Cooperativa	acima de 12 anos	75,0%	25,0%	100,0%
	de 7 anos a 11 anos e 11 meses	57,9%	42,1%	100,0%
	de 4 anos a 6 anos e 11 meses	48,4%	51,6%	100,0%
	de 1 a 3 anos e 11 meses	52,6%	47,4%	100,0%
	menos de 1 ano	80,0%	20,0%	100,0%
Total		56,4%	43,6%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

de crédito brasileiro, sendo que a maior porcentagem se encontra nos aposentados e indústria, e a fonte de renda com menor porcentagem de percepção da diferença é

a pecuária, com 60,0 %. Conforme quadro 8. Visto que é uma cooperativa de livre admissão, o Sicredi está presente nas diversas fontes de renda, abrangendo de

Quadro 7 - Identificação do Principal Motivo Para a Associação ao Sicredi.

**Qual você acredita ser o principal motivo para um indivíduo tornar-se associado do Sicredi \* Tempo de associação na Cooperativa Crosstabulation**

% within Qual você acredita ser o principal motivo para um indivíduo tornar-se associado do Sicredi

		Tempo de associação na Cooperativa					Total
		menos de 1 ano	de 1 a 3 anos e 11 meses	de 4 anos a 6 anos e 11 meses	de 7 anos a 11 anos e 11 meses	acima de 12 anos	
Qual você acredita ser o principal motivo para um indivíduo tornar-se associado do Sicredi	distribuição das sobras	20,0%	40,0%	20,0%	20,0%		100,0%
	benefícios (serviços extras, sorteios, prêmios, reembolsos)		50,0%	50,0%			100,0%
	produtos e serviços		16,7%	66,7%	16,7%		100,0%
	competitividade de preços, tarifas, taxas		28,6%		57,1%	14,3%	100,0%
	empresa sólida/confiável/reconhecida/experiente)	6,7%	13,3%	26,7%	53,3%		100,0%
	atendimento (relacionamento pessoal, agilidade...)	3,6%	17,9%	25,0%	42,9%	10,7%	100,0%
	rede de caixas eletrônicos			100,0%			100,0%
	rede de unidades (ampla, abrangente, próxima)	10,5%	15,8%	36,8%	31,6%	5,3%	100,0%
	indicação de amigo/familiar		18,8%	25,0%	37,5%	18,8%	100,0%
	Total	5,0%	18,8%	30,7%	37,6%	7,9%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

Quadro 8 - Identificação da Principal Fonte de Renda em Relação a Percepção da Diferença Entre o Sicredi e as Demais Instituições Financeiras.

**Principal fonte de renda \* Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes Crosstabulation**

% within Principal fonte de renda

		Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes		Total
		Sim	Não	
Principal fonte de renda	Misto (Agricultura e Pecuária)	73,7%	26,3%	100,0%
	Aposentado	85,7%	14,3%	100,0%
	Assalariado	82,9%	17,1%	100,0%
	Indústria	85,7%	14,3%	100,0%
	Comércio	66,7%	33,3%	100,0%
	Pecuária	60,0%	40,0%	100,0%
	Agricultura	69,2%	30,8%	100,0%
Total		76,2%	23,8%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

Quadro 9- Identificação da Renda Bruta Anual em Relação a Percepção da Diferença Entre o Sicredi e as Demais Instituições Financeiras.

**Renda Bruta Anual \* Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes Crosstabulation**

% within Renda Bruta Anual

		Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes		Total
		Sim	Não	
Renda Bruta Anual	acima de R\$ 200.001,00	100,0%		100,0%
	de R\$ 120.001,00 a R\$ 200.000,00	100,0%		100,0%
	de R\$ 60.001,00 a R\$ 120.000,00	88,9%	11,1%	100,0%
	de R\$ 20.001,00 a R\$ 60.000,00	73,7%	26,3%	100,0%
	de R\$ 12.001,00 a R\$ 20.000,00	71,4%	28,6%	100,0%
	até R\$ 12.000,00	74,2%	25,8%	100,0%
Total		76,2%	23,8%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

forma integral o mercado de crédito.

Em valores, nota-se que quanto maior a renda bruta anual, maior é a percepção da diferença entre o Sicredi e seus concorrentes, sendo que todos os respondentes, que gozam de uma renda bruta anual acima de R\$ 120.001,00 acreditam na existência de uma diferença entre a cooperativa e as demais instituições financeiras presentes no mercado, como pode ser visto no quadro 9.

De acordo com o quadro 10, ao segmentar os entrevistados que movimentam conta corrente em outra cooperativa de crédito, auferiu-se que 75 % deles notam alguma diferença das organizações de crédito para a cooperativa em questão.

No quadro 11, essa diferença também é percebida pelos associados que movimentam conta em outro banco, sendo que 78,2 % dos questionados observam alguma diferença entre as instituições financeiras presentes no cenário brasileiro e a cooperativa em tema.

Para os associados que possuem conta corrente em outro banco, 23,6 % acreditam que o principal motivo para o Sicredi ter desligamento de associados é o rela-

entidade diferenciada em um mercado voltado somente para a acumulação de patrimônio (WebArtigos, 2010).

O pacto feito entre a cooperativa e seu associado não é possível ocorrer da mesma forma entre o banco e seu cliente. No primeiro existe a relação de mutualidade, ou seja, de dono com sua entidade, no último uma oposição de interesses, externa a entidade, além de gerar o lucro sobre o seu cliente. Porém existe outra característica em comum entre bancos e cooperativas de crédito, seus gestores devem reunir certos atributos necessários na prestação de serviço aos seus usuários, assim como competência, serem éticos, honestos e diligentes (FERRAZ, 2010).

Contudo, percebe-se a necessidade de as cooperativas de crédito enfatizarem a seus associados o retorno que os mesmos obtêm através da distribuição das sobras, fato este que não acontece em instituições financeiras privadas.

Quadro 10- Identificação dos Associados que Movimentam Conta em Outra Cooperativa de Crédito.

**Possui conta em outra cooperativa de crédito \* Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes**

**Crosstabulation**

% within Possui conta em outra cooperativa de crédito

		Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes		Total
		Sim	Não	
Possui conta em outra cooperativa de crédito	Não	76,4%	23,6%	100,0%
	Sim	75,0%	25,0%	100,0%
Total		76,2%	23,8%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

cionamento pessoal com o seu atendente, e em seguida com 21,8 % é a competitividade dos preços de taxas e tarifas, conforme quadro 12.

Esse resultado evidencia que as cooperativas de crédito são comparadas aos bancos, principalmente na oferta dos seus produtos, nas tarifas de administração de conta e taxas de juros.

Vale ressaltar que as cooperativas diferem de iniciativas mercantis em várias vertentes, pois trata-se de entidades solidárias, democráticas e autogeridas. Cada cooperado é um sócio, com participação efetiva na gestão e na responsabilidade pelo sucesso do empreendimento, e deve ter também uma atuação social expressiva, balanceada com as atividades econômicas, o que a torna uma

## 6. Conclusão

O propósito deste trabalho foi o de investigar, em uma organização cooperativa, o perfil e as percepções dos associados, com o intuito de diagnosticar o momento atual para então fundamentar planos estratégicos e de negócios para o futuro.

O movimento cooperativista de crédito cresceu no país, principalmente a partir do processo de reorganização iniciado no final da década de 1990. Do ponto de vista, dos principais agregados econômicos, verifica-se tendência crescente da participação do cooperativismo de crédito no sistema financeiro nacional, embora ainda

Quadro 11- Identificação dos Associados que Movimentam Conta em Bancos.

**Possui conta em outro Banco \* Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes Crosstabulation**

% within Possui conta em outro Banco

		Para você, o Sicredi é diferente das instituições financeiras concorrentes		Total
		Sim	Não	
Possui conta em outro Banco	Não	73,9%	26,1%	100,0%
	Sim	78,2%	21,8%	100,0%
Total		76,2%	23,8%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

Quadro 12- Identificação da Principal Razão Para o Sicredi Perder Associados no Ponto de Vista dos Entrevistados que Possuem Conta em Outro Banco.

**Qual é a principal razão para o Sicredi perder associados ou estes deixarem de utilizar seus produtos \* Possui conta em outro Banco Crosstabulation**

% within Possui conta em outro Banco

		Possui conta em outro Banco		Total	
		Sim	Não		
Qual é a principal razão para o Sicredi perder associados ou estes deixarem de utilizar seus produtos	distribuição das sobras	3,6%		2,0%	
	benefícios (serviços extras, sorteios, prêmios...)	3,6%		2,0%	
	produtos e serviços	10,9%	10,9%	10,9%	
	competitividade de preços, tarifas, taxas	21,8%	23,9%	22,8%	
	empresa inexperiente	3,6%	4,3%	4,0%	
	atendimento (relacionamento pessoal, atendimento demorado...)	23,6%	26,1%	24,8%	
	rede de caixas eletrônicos	10,9%	4,3%	7,9%	
	rede de unidades pouco abrangentes	10,9%	6,5%	8,9%	
	indicação de amigo/familiar para movimentar conta em outro b	10,9%	23,9%	16,8%	
	Total		100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Resultados e pesquisa.

exista muito espaço a ser ocupado.

O fundamento básico para esse tipo de entidade se desenvolver cada vez mais é elevar a segurança, a credibilidade e a qualidade dos serviços prestados, para que essas instituições atinjam os anseios da população que pretendem assistir. No quadro 11 é possível perceber que dos associados que movimentam conta corrente em outro banco, um percentual elevado nota a diferença entre cooperativa de crédito e banco, também no quadro 12, dos associados correntistas em outras instituições financeiras privadas acreditam que o relacionamento pessoal com seu gestor e o atendimento recebido é o principal motivo para haver desligamentos na cooperativa ou diminuição da utilização dos produtos. Através desses resultados, pode-se dizer que o sistema cooperativo com suas ações e boa gestão está cada vez mais desenvolvido e abrangendo o mercado de crédito, conduzindo a outros patamares de evolução do setor.

Por representar iniciativas e aspirações dos próprios cidadãos o crescimento da cooperativa está atrelado ao desenvolvimento local sustentável da comunidade em que está inserida.

As limitações deste trabalho são evidenciadas pela unidade pesquisada, um número de associados relativamente pequeno, portanto para resultados mais amplos, a sugestão para possíveis estudos futuros é de envolver integralmente a Cooperativa de Crédito de Livre Admissão do Oeste, SICREDI OESTE PR, para a observação de manifestações regional, no sentido de avançar em função do que foi discutido até o presente momento.

## Referências

OCB SESCOOP. Cooperativismo. Disponível em:

<[http://www.ocb.org.br/site/brasil\\_cooperativo/index.asp](http://www.ocb.org.br/site/brasil_cooperativo/index.asp)>. Acesso em: 29.ago.2010

PONTES, S.M.D. As Estratégias Das Cooperativas De Crédito Para A Captação De Associados. Credigraf: Um Estudo De Caso. Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH, 2006.

SCHARDONG, A. Cooperativa de Crédito: instrumento de organização econômica da sociedade. Porto Alegre: Rígel, 2002. 128p.

FERNANDES, A.J.; PAIS, C. A Economia Brasileira na Década de 80: conseqüências da crise da dívida externa, inflação e crise do Estado. Universidade de Aveiro, Departamento de Economis; Gestão e Engenharia Industrial – 3810-193, Aveiro-Portugal. INETI- Instituto Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial, DMS – Departamento de Modelação e Simulação, 1649-038 Lisboa Portugal. Acesso em 07.set.2010.

CENTRAL SICREDI PARANÁ. Sicredi Paraná 25 anos: fragmentos da história do Cooperativismo de crédito. Curitiba: Paraná, 2005. 240 p.

SICREDI. Minha Cooperativa. Disponível em: <<http://www.sicredi.com.br/>>. Acesso em: 07.set.2010

SICREDI. Cooperativismo de Crédito. Disponível em: <<http://www.sicredi.com.br/>>. Acesso em: 22.ago.2010.

WEBARTIGOS. Cooperativas de Crédito. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/3729/1/>>. Acesso em: 11.nov.2010.

FERRAZ, A. T. Sociedades Cooperativas (De Crédito) À Luz Da Lei N. 5.764/71 E Do Novo Código Civil. Aluno do Segundo Ano de Direito Diurno. Acesso em 11.nov.2010. p. 04.

SOARES, M.M.; MELO SOBRINHO, A.D. Microfinanças: O Papel do Banco Central do Brasil e a Importância do Cooperativismo de Crédito. Brasília: BCB, 2008. 202 p.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Cooperativas de crédito. Brasília: BCB, 2006. 118 p.

PINHEIRO, M.A.H. Cooperativas de crédito: história de evolução normativa no Brasil. 4 ed. Brasília: BCB, 2006. 66 p.

SILVA, W.R.; VIEIRA, F.G.D.; ROCHA, E.E.R.B. Organizações Cooperativas e Contexto Cultural do Espaço Público Brasileiro: Um Ensaio Teórico Sobre Processos Sociais, Universo Simbólico e Prática Social. Salvador, Bahia. 2006.

Anexo 1- Os cálculos do nível de confiança e margem de erro foram baseados em MC.DANIEL, C. & GATES, R. Pesquisa de Marketing. Pioneira Tomson Learning, 2003.