

**ELZILENE OTÁCIA TEIXEIRA
MAYARA TANNURE MACEDO VIANA**

**O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE
INCLUSÃO SOCIAL E EQUILÍBRIO AMBIENTAL:
COOPERATIVA DE VIDAS SOLIDÁRIA DA REGIÃO DE
VARGEM ALEGRE, MINAS GERAIS - COOPERVIDAS**

BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**FIC/CARATINGA/MG
2011**

**ELZILENE OTÁCIA TEIXEIRA
MAYARA TANNURE MACEDO VIANA**

**O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE
INCLUSÃO SOCIAL E EQUILÍBRIO AMBIENTAL:
COOPERATIVA DE VIDAS SOLIDÁRIA DA REGIÃO DE
VARGEM ALEGRE, MINAS GERAIS - COOPERVIDAS**

Monografia apresentada à banca examinadora da Faculdade de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Caratinga, como exigência de obtenção parcial para colação de grau de Bacharelado em Ciências Contábeis, sob a orientação do professor Jonas Eduardo Panza.

**FIC/CARATINGA/MG
2011**

**ELZILENE OTÁCIA TEIXEIRA
MAYARA TANNURE MACEDO VIANA**

FACULDADES INTEGRADAS DE CARATINGA- FIC
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACICON

A monografia intitulada **O COOPERATIVISMO COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO SOCIAL E EQUILÍBRIO AMBIENTAL: COOPERATIVA DE VIDAS SOLIDÁRIA DA REGIÃO DE VARGEM ALEGRE, MINAS GERAIS – COOPERVERIDAS**, pelos alunos **ELZILENE OTÁCIA TEIXEIRA e MAYARA TANNURE MACEDO VIANA**, a banca foi aprovada por todos os membros da banca examinadora e aceita pelo curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Caratinga- FIC, como requisito parcial à obtenção do título de **BACHAREL DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**.

Caratinga, 12 de dezembro de 2011.

BANCA EXAMINADORA

ORIENTADOR

EXAMINADOR

EXAMINADOR

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, pois sem Ele não sou ninguém. Com Ele consigo forças e posso chegar a algum lugar, através de muita luta, esforço, paciência, sabedoria, amor... Consegui vencer, mas sem esquecer o poder de Deus em minha vida!

Agradeço a minha mãe: fonte de minha inspiração, meu alicerce, minha vida. Agradeço minhas irmãs e meu cunhado pela paciência nos momentos em que estava irritada.

Ao Alessandro: meu namorado! Ele sim foi minha fortaleza. Quando me sentia fraca e frágil, a ponto de desistir, sem acreditar que era capaz, ele estava ali com toda confiança, pronto a me ajudar, ajuda que me ajudou a vencer!

À minha amiga e companheira de monografia Mayara, pois juntas formamos uma dupla sensacional! Ao meu orientador Jonas, que com toda sabedoria soube me conduzir para finalizar uma fase tão importante de minha vida.

Aos meus professores, que de forma especial ajudaram em minha formação, me conduzindo de forma íntegra. Agradeço também aos meus colegas que se fizeram presentes durante quatro anos com muito companheirismo e amizade. Enfim fazendo parte de uma nova família que eu construir nesse período!

Elzilene Otácia Teixeira

AGRADECIMENTOS

Agradeço a deus, que entre atropelos, dúvidas e difíceis momentos, sempre me iluminou e me mostrou o caminho certo, para que em momento algum eu fraquejasse.

Aos meus pais Marcos Viana e Penha R. Tannure pelo incentivo, carinho e amor sempre demonstrados.

À minha família, que acompanhou o início desta trajetória e acreditou em meus sonhos e na realização deles.

Aos meus amigos, em especial, Denis Rezende Aguiar, uma pessoa que desde o início me apoiou e incentivou na realização dos meus ideais, colaborando de todas as maneiras para poder vencer mais essa etapa.

Ao orientador, Prof. Jonas Eduardo Panza, pela dedicação, que me orientou para melhor elaboração, execução e apresentação deste trabalho.

O meu muito obrigada a todos vocês!

Mayara Tannure Macedo Viana

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	SUSTENTABILIDADE E JUSTIÇA SOCIAL.....	8
	2.1 O termo Sustentabilidade	8
	2.2 Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável	10
	2.3 Sustentabilidade nos Negócios	11
3	RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	13
	3.1 Conceito de Responsabilidade Social	14
	3.2 Importância e vantagens	15
	3.3 Ganhos gerados pela responsabilidade social	16
4	COOPERATIVISMO.....	19
	4.1. O que é Cooperativa.....	19
	4.2 Princípios do Cooperativismo	21
	4.3 Vantagens de uma Cooperativa	23
	4.4 Atribuições dos Cooperados	26
	4.5 Documentação para Registro	27
	4.6 Estatuto Social	27
	4.7 Capital Social	28
	4.8 Intervenção nas Cooperativas	30
5	METODOLOGIA	32
6	ESTUDO DE CASO	34
7	RESULTADO DA PESQUISA	40
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
	REFERÊNCIAS	45
	ANEXOS	49
	ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	49
	ANEXO A – Fotografias da Coopervidas	52

1 INTRODUÇÃO

É tempo de repensar as práticas empresariais, inserindo-as definitivamente ao âmbito sustentável, indispensável para a preservação e conservação dos recursos naturais.

Nesse sentido, Mário Soares, ex-presidente de Portugal, expressa que: “O planeta se converteu em nossa casa comum e ninguém mais pode isolar-se em suas fronteiras ou reservas privadas, ignorar os problemas dos demais e contemplar com indiferença o caos que se propaga em um mundo desregulado e inseguro. O egoísmo cobra seu preço, que é cada vez mais caro”.

Essas considerações incitam ações voltadas para a Sustentabilidade e para a Responsabilidade Social, uma vez que esses valores apresentam-se de modo cada vez mais importante para a sociedade atual. Nesse contexto, o cooperativismo, por ser um negócio econômico voltado para a qualidade de vida dos seus cooperados e funcionários e às causas e problemas da sociedade, exercita no seu cotidiano a Responsabilidade Social.

Considerando-se a importância das práticas cooperativistas e do desenvolvimento sustentável, aqui se dará enfoque à Cooperativa de Reciclagem de Lixo Vidas Solidárias – COOPERVIDAS, localizada no município de Vargem Alegre, Minas Gerais.

Partiu-se do seguinte problema: a Coopervidas pratica a responsabilidade social e se preocupa com os impactos ambientais e sociais de suas ações?

Para o problema apresentado, foi traçada a hipótese de que, como a Coopervidas é uma cooperativa, ela já pratica ações voltadas para a responsabilidade social e por atuar no setor de reciclagem, a empresa considera impactos ambientais e sociais de suas ações, uma vez que a fabricação de vassouras e sacos de lixo à base de produtos que seriam descartados consiste em uma forma de praticar a responsabilidade social.

Desse modo, tem-se como objetivo abordar a importância das atividades realizadas pela Coopervidas, bem como conhecer o processo produtivo dessa cooperativa, verificando os principais impactos de suas atividades no meio ambiente e na comunidade em que está inserida. A partir da realização desse estudo,

pretende-se alertar o impacto do cooperativismo como instrumento de inclusão social e equilíbrio ambiental, uma vez que pequenas ações podem mudar a realidade de muitas pessoas.

O presente trabalho justifica-se pela necessidade de conhecer as possíveis situações que uma Instituição de reciclagem de lixo pode oferecer como contribuição a seus cooperados, sociedade e meio ambiente, sabendo-se que a Coopervidas é uma instituição que desenvolve suas ações para se manter de forma sustentável e com responsabilidade social.

De acordo Veiga et al (2007), a evolução do mercado, com exigências de ética e transparência nos negócios é um fator impulsionador para que as empresas adotem a Responsabilidade Social com estratégia de negócios. As empresas saíram da prática da filantropia tradicional e evoluíram para o exercício da Responsabilidade Social, tornando-se com isso, empresas-cidadãs.

Desta forma, a função da empresa vai além do econômico, ademais de provedora de emprego, é igualmente um agente de estabilização social.

Nesse contexto, a Responsabilidade Social surge como nova consciência social enfocada na tentativa de minimizar os males atuais da sociedade: degradação do meio ambiente, desemprego, desigualdade social, aumento da violência, sem contudo, eximir o Estado de seu papel, que deve ser o grande mentor na busca de soluções para esses problemas (VEIGA et al, 2007).

Quanto à metodologia do estudo, trata-se de um estudo do tipo descritivo e exploratório, uma vez que foi realizado a partir de entrevistas (ANEXO - B), abordando questões voltadas para o cotidiano e para as práticas cooperativistas. A pesquisa foi realizada na Cooperativa Coopervidas, localizada no município de Vargem Alegre, Minas Gerais. Trata-se de uma fábrica que trabalha com materiais recicláveis.

Quanto aos procedimentos, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se livros com autores conhecidos, além de sites confiáveis, com intuito de melhor compreender o assunto abordado. O método de estudo de caso foi utilizado, a fim de colocar em prática todo o assunto aportado no referencial teórico.

Do ponto de vista prático, espera-se que o estudo contribua para o aprimoramento do conhecimento específico do tema e sirva também de referência para acadêmicos e empresas do ramo de reciclagem. O estudo também contribuirá

com informações relevantes para o próprio desenvolvimento da cooperativa Coopervidas.

2 SUSTENTABILIDADE E JUSTIÇA SOCIAL

2.1 O termo Sustentabilidade

A sustentabilidade consiste em um conjunto de ações dos seres humanos, com intuito de suprir suas necessidades atuais, sem que essas atividades comprometam as gerações futuras. Trata-se de um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana (VEIGA et al, 2007).

A concepção popular acerca da sustentabilidade, conforme lembram Torresi et al (2010), não engloba a verdadeira complexidade e expansão do tema:

A percepção da maioria das pessoas é que a sustentabilidade está relacionada apenas às emissões de gases para a atmosfera como, por exemplo, o gás carbônico, e que este é o único risco a que o planeta está exposto. Isto é um equívoco. Em realidade este é o principal problema, mas não é o único. Foi exatamente esta discussão que ocorreu em meados de dezembro de 2009 em Copenhague¹ que terminou de forma decepcionante (TORRESI et al, 2010, p. 1).

De acordo com Bacha, Santos e Schaun (2010), a questão da sustentabilidade é um tema complexo, que envolve diversas abordagens. Segundo os autores, existe a necessidade iminente de encontrar mecanismos de interação nas sociedades humanas que ocorram em relação harmoniosa com a natureza. Por isso, é imprescindível que o ser humano conheça as particularidades do planeta para utilizá-lo por longo tempo assegurando a continuidade da própria espécie (SCHWEIGERT², 2007 apud BACHA; SANTOS; SCHAUN, 2010, p.5).

Por conseguinte, a sustentabilidade se relaciona diretamente com o meio ambiente e o desenvolvimento econômico e material. Por isso, as definições acerca

¹ A reunião de Copenhague terminou de forma decepcionante pois os países mais desenvolvidos se eximiram de compromissos pelas emissões de gases durante muitos anos, o que aumentou o efeito estufa e tentaram jogar muitas das suas responsabilidades para os países em desenvolvimento (TORRESI et al, 2010).

² SCHWEIGERT, L. R.. Plano diretor e sustentabilidade ambiental da cidade. Dissertação de mestrado. Arquitetura e Urbanismo. Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2007.

do tema da sustentabilidade procuram integrar viabilidade econômica com prudência ecológica e justiça social (BACHA; SANTOS; SCHAUN, 2010).

A partir da década de 60, a problemática da sustentabilidade ambiental passou a ocupar lugar de destaque no debate acadêmico e político. Contudo, foram as duas últimas décadas que puderam testemunhar a emergência do discurso da sustentabilidade como a expressão dominante no debate que envolve as questões de meio ambiente e de desenvolvimento social em sentido amplo (BACHA; SANTOS; SCHAUN, 2010).

Dessa forma, o interesse por sustentabilidade se originou durante a década de 1980, a partir da conscientização dos países em descobrir formas de promover o crescimento sem destruir o meio ambiente, nem sacrificar o bem-estar das futuras gerações. A partir de então, o termo se transformou em cenário para causas sociais e ambientais (SILVA, 2009).

A inter-relação da responsabilidade social com a sustentabilidade é fundamental, já que a busca pela sustentabilidade exige o emprego de práticas voltadas para o conceito de responsabilidade social³. Por isso, nos dias atuais, esse tema tem sido amplamente discutido no meio empresarial, uma vez que muitas empresas têm se utilizado desta prática através de programas na área social, procurando demonstrar, sobretudo, sua função social perante a comunidade em que está inserida (LEVEK et al, 2002).

2.2 Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável

A gestão ambiental diz respeito ao conjunto de políticas e práticas administrativas e operacionais, que levam em conta a saúde e a segurança das pessoas e a proteção do meio ambiente, por meio da eliminação ou mitigação de impactos e danos ambientais decorrentes do planejamento, implantação, operação, ampliação, realocação ou desativação de empreendimentos ou atividades, incluindo-se todas as fases do ciclo de vida do produto (JABBOUR; SANTOS, 2006).

³ A responsabilidade social pode ser entendida como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (LEVEK et al, 2002).

Desse modo, o objetivo primordial da gestão ambiental deve ser o de promover benefícios à empresa que superem, anulem ou diminuam os custos das degradações, causadas pelas demais atividades da empresa e, principalmente, pela área produtiva (FERREIRA, 2003).

Através de vários estudos, intensificou-se a noção de que as decisões associadas ao desenvolvimento deveriam levar em conta não apenas fatores econômicos e sociais, mas também ecológicas. Na década de 80 surge, então, a expressão desenvolvimento sustentável⁴, sendo considerado como as atividades que “permitem satisfazer as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades” (TORRESI et al, 2010, p. 1).

Ainda nessa direção, Torresi et al (2010, p. 1) afirmam que o desenvolvimento sustentável abriga um conjunto de paradigmas para o uso dos recursos que visam atender as necessidades humanas:

Ele deve considerar a sustentabilidade ambiental, econômica e sociopolítica. Dentro da questão ambiental (água, ar, solo, florestas e oceanos), ou seja, tudo que nos cerca precisa de cuidados especiais para que continue existindo. Portanto, as sustentabilidades econômica e sócio-política só têm existência se for mantida a sustentabilidade ambiental (TORRESI et al, 2010, p. 1).

Por isso, é fundamental que as empresas adotem práticas de sustentabilidade ambiental, embora essa não seja uma tarefa fácil, seus benefícios certamente são compensadores.

2.3 Sustentabilidade nos Negócios

A sustentabilidade nos negócios se dá por meio de serviços sustentáveis, sempre focados na responsabilidade social e ambiental. Segundo Barbieri et al (2010, p. 150): “A sustentabilidade do negócio pode ser entendida de modo

⁴ Conforme Torresi et al (2010) o termo Desenvolvimento Sustentável foi cunhado em 1987 no Relatório Brundtland da Organização das Nações Unidas.

convencional, isto é, como capacidade de gerar recursos para remunerar os fatores de produção, repor os ativos usados e investir para continuar competindo”.

Atualmente, considera-se que empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, protegendo, simultaneamente, o meio ambiente e melhorando a qualidade de vida das pessoas com que mantém interações (SILVA, 2009).

A empresa deve produzir mais e com melhor qualidade, gerando menos poluição e utilizando menos recursos naturais. A empresa que é partidária dos princípios da sustentabilidade deve ainda ser socialmente responsável, assumindo que está imersa num ambiente social em que influi ao mesmo tempo em que sofre influência. A motivação dos líderes empresariais deve ser respaldada numa visão de longo prazo, considerando, também, os custos futuros (ALMEIDA, 2002).

Por isso, é imprescindível um planejamento eficaz, que leve em consideração os efeitos econômicos, sociais e ambientais no âmbito empresarial. Para Barbieri et al (2010), os efeitos econômicos são relativamente fáceis de prever, pois há uma enorme quantidade de instrumentos desenvolvidos para isso. Os efeitos sociais e ambientais são mais difíceis de serem avaliados previamente, pois envolvem muito mais variáveis, incertezas e interações.

Conforme Levek et al (2002), a preocupação com os efeitos sociais e ambientais das atividades de empresas, assim como com os valores éticos e morais, são fontes de muitas discussões no meio empresarial. Essas discussões, muitas vezes, visam contribuir para o bem comum e para a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

Vale salientar que é indispensável o estabelecimento de metas pela empresa, estabelecendo os objetivos relacionados às demandas dos diversos públicos no qual a empresa se relaciona, já que a empresa assume um compromisso social na comunidade em que está inserida. Assim, tem-se a responsabilidade social empresarial como a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e

culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS⁵, 2004 apud RICO, 2004).

⁵ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma associação de empresas de todo tamanho e setor interessadas em desenvolver suas atividades de forma socialmente responsável num permanente processo de avaliação e aperfeiçoamento. Este foi criado em 1998, com a missão de promover e disseminar práticas empresariais socialmente responsáveis contribuindo para que empresas e sociedade, alcancem um desenvolvimento sustentável em seus aspectos econômico, social e ambiental (RICO, 2004).

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Há algumas décadas o tema responsabilidade social corporativa vem sendo alvo de inúmeros debates no meio acadêmico e empresarial (SERPA; FOURNEAU, 2007)

Atualmente, as transformações havidas na sociedade fomentaram um discurso em prol de uma atuação social, especialmente por parte da empresa, que, apesar de criada com o objetivo principal de satisfazer as pretensões dos seus integrantes, resumidas no intuito lucrativo/econômico, passou a visualizar, também, a necessidade de, dentro do seu perfil funcional⁶, esforçar-se para produzir bens e prestar serviços de acordo com os interesses do público que a rodeia (LEWIS, 2010).

A responsabilidade social das empresas é um tema atual, que vem sendo consolidada à crença que as empresas devem assumir um papel mais abrangente perante a sociedade que não somente o de maximização de lucro e criação de riqueza (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007). Esse processo de metamorfose tem propiciado a integração cada vez mais intensa da empresa com a sociedade, pois neste milênio, nenhuma empresa, independente de seu porte, pode ignorar a modernidade corporativa, que necessariamente incorpora conceitos e práticas cidadãs.

De acordo com Rico (2004), especialmente nas últimas duas décadas vem aumentando o interesse e conseqüente investimento do empresariado brasileiro na área social. Segundo o autor “Discutem-se temas sobre o gerenciamento social, implementação de projetos sociais comunitários, o empresário ético e a responsabilidade social” (RICO, 2004, p. 73).

Cada vez mais, torna-se iminente a competitividade entre as empresas e os processos de gestão são importantes meios pelos quais a empresa pode investir para obter diferenças competitivas. Dessa forma, a grande competitividade do mercado não gerou apenas injustiças sociais, mas, como reação oposta de mesma intensidade, o resgate dos valores humanitários. Por conseqüência, as empresas

⁶ Pelo perfil funcional, a empresa confunde-se com a própria atividade econômica, sendo um sinônimo de empreendimento que objetiva lucro, utilizando-se, para tanto, de diversos fatores de produção ou circulação (LEWIS, 2010).

tiveram de alargar suas fronteiras para abarcar a comunidade, a sociedade, os ideais sociais e políticos. O que nasceu como tática de sobrevivência tornou-se estratégia vencedora e se impôs como conduta obrigatória no mundo dos negócios (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007).

Assim, a responsabilidade social pode ser vista como uma estratégia para maximizar sua rentabilidade, uma vez que o consumidor tem procurado consumir produtos de empresas voltadas para a melhoria do meio ambiente e da comunidade. Essas concepções são lembradas por Bertoncello e Chang (2007), que afirmam:

O crescente aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade levou a um aumento significativo da competitividade entre as empresas e, desta forma, elas tendem a investir mais em processos de gestão de forma a obter diferenciais competitivos. Para as empresas, a responsabilidade social pode ser vista como uma estratégia a mais para manter ou aumentar sua rentabilidade e potencializar o seu desenvolvimento. Isto é explicado ao se constatar maior conscientização do consumidor o qual procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente e a comunidade (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007, p. 70).

Além disso, o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, por esta razão, deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis (BERTONCELLO E CHANG JÚNIOR, 2007).

3.1 Responsabilidade Social: Conceitos principais

O conceito de Responsabilidade Social está ligado à postura da empresa, norteadas por ações que contribuem para a melhoria da qualidade de vida da comunidade realizadas em decorrência da atenção proporcionada aos interesses das partes com os quais interagem, como acionistas, funcionários, consumidores, comunidade, governo, a fim de, por meio de sua atividade, satisfazê-los (LEWIS, 2010).

Segundo Levek et al (2002, p.16), a Responsabilidade Social envolve uma multiplicidade de fatores, podendo ser entendidas de diferentes maneiras:

“Pode representar a ideia de responsabilidade ou obrigação legal e ainda um comportamento responsável no sentido ético. Muitas pessoas simplesmente a equiparam a uma contribuição caridosa, ou ao sentido de ser socialmente consciente”.

Sob uma visão mais ampla, a responsabilidade social é tida como “toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade” (ASHLEY et al, 2002 apud LEVEK et al, 2002, p.16).

3.2 Importância e vantagens da responsabilidade social

A Responsabilidade Social não é mera conduta da empresa, mas resultado de uma otimização de seu perfil funcional, por obra da imperatividade legal, dos incentivos e benefícios fiscais. Por conseguinte, muitos são os benefícios e vantagens que a Responsabilidade Social proporciona à empresa.

Em um estudo recente, Lewis⁷ (2010) enumera uma série de benefícios e incentivos fiscais oferecidos às empresas que realizam atividades voltadas para a Responsabilidade social.

A atuação da empresa conforme a responsabilidade social proporciona-lhe amadurecimento no que tange às suas estratégias de manutenção e de crescimento e, ainda: redução da carga tributária; forma alternativa de recolhimento de tributos⁸; criação de uma política permanente para a empresa⁹; incremento do marketing social¹⁰; redução dos custos operacionais e melhoria dos indicadores de produtividade e qualidade; lealdade dos clientes; melhoria da imagem da empresa;

⁷ Lewis (2010) realizou um estudo sobre Responsabilidade Social e incentivos fiscais na Ciência, tecnologia e inovação, onde demonstrou que a implantação de ações de responsabilidade social no âmbito das empresas pode ser fomentada pelos incentivos fiscais.

⁸ Dessa forma, a empresa cumpre o dever de pagar o tributo, estando certa de que o montante “que deixou de pagar diretamente ao Estado” está tendo uma destinação correta e socialmente relevante.

⁹ Assim, as ações socialmente responsáveis são permanentes, planejadas e buscam a elevação da qualidade de vida e a inclusão social a médio e longo prazo.

¹⁰ O incremento do marketing social se dá pelas medidas tomadas pela empresa para estruturar sua imagem perante o seu público externo, reforçar e agregar valor à marca.

divulgação do Balanço Social e dos Indicadores de Responsabilidade Social; obtenção de certificados e selos, que atestam a boa prática empresarial e Preferência nas licitações e contratações com o Poder Público¹¹ (LEWIS, 2010).

Assim, diante das vantagens citadas acima, verifica-se que a responsabilidade social traz resultados positivos para a sociedade e para a empresa, quando adequadamente realizadas. Por isso, nos últimos anos, houve um aumento quantitativo das empresas de todos os tamanhos e segmentos, que cultuam responsabilidade social.

3.3 Ganhos gerados pela responsabilidade social

O consumidor precisa acreditar na postura socialmente responsável de uma empresa para que isso influencie positivamente sua atitude e comportamento em relação a ela e seus produtos (LEWIS, 2010). Acredita-se que os consumidores estão mais dispostos a pagar mais por um produto de uma empresa socialmente responsável.

Conforme Levek et al (2002), essas ideias são apoiadas por muitos consumidores, que as vêem como algo bom e que trará benefícios à sociedade, dispondo-se até mesmo a pagar mais por determinado produto por saber que este adicional no preço destina-se a uma entidade que defende uma causa social.

Para Daher et al (2007), toda empresa busca atingir seus objetivos fazendo o máximo com o mínimo, garantindo participação do mercado de forma duradoura e com desempenho sustentável, embora sendo fundamental a obtenção do lucro.

Macke, Carrion e Dilly (2010) afirmam que, hoje, há necessidade de espaços interdisciplinares de discussão no campo social, para diversificar a atuação dos diferentes autores, distribuindo melhor os esforços de forma a atingir públicos que ainda não estão sendo contemplados pelos programas de responsabilidade social, principalmente aqueles implementados por empresas privadas.

¹¹ A empresa passa a ter preferência nas licitações e contratações com o Poder Público, pois a Administração Pública procura contratar empresas socialmente responsáveis.

Para Higuchi e Vieira (2007), tanto a responsabilidade social corporativa quanto o marketing social corporativo possuem como objetivos promover melhorias na sociedade, mas, simultaneamente, promove diferenciação da marca, fortalecimento da imagem e consequentes maiores ganhos financeiros, que podem até se transformar no próprio objetivo das ações de RSC. Mas isso de forma mais branda, encoberta pelo objetivo principal de promover justiça social, bem-estar, inclusão social, cultura, esporte, educação, saúde, emprego e segurança, assim como a promoção da qualidade de vida e ética nas relações com os funcionários, consumidores e meio ambiente.

Já Souza Filho e Wanderley (2006, p.3) definem o marketing social empresarial como “um conjunto de atividades, técnicas, ferramentas e estratégias que tratam do esforço mercadológico de relacionar causas e projetos sociais a uma marca ou organização”. Busca estimular e promover mudanças sociais, exercitando e praticando ações socialmente responsáveis.

Assim, são empregados no marketing social conceitos e ferramentas originárias do marketing tradicional, influenciando comportamentos com o objetivo de promover as mudanças sociais, aproximando-se das ações de responsabilidade social. Portanto, o marketing social é uma consequência da responsabilidade social. Podendo chegar à longo prazo, como um valor a mais, para a entidade e o produto, agregando valores a marca, aumentando o número de clientes e possibilitando um destaque em relação a outras empresas.

Outro ganho gerado pelas empresas que praticam a Responsabilidade Social encontra-se no Balanço Social. Trata-se de uma forma de divulgar as suas ações com relação a seus funcionários, comunidade e meio ambiente. Esse balanço é um documento divulgado anualmente pela empresa, como uma forma de comprovar sua atuação no campo social.

A resolução nº 1003/04 do Conselho Federal de Contabilidade estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o intuito de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade. Assim o balanço social se torna um importante instrumento de divulgação das ações de Responsabilidade Social Corporativa.

Frisando que há uma preocupação crescente em vincular a imagem da organização à noção de responsabilidade social, pois essa nova postura da

empresa-cidadã passou a ter natureza estratégica, e se transformou em vantagem competitiva.

Partindo-se desses conceitos, várias empresas começaram a divulgar o balanço social, principalmente para tornar público o que elas têm feito na área social, uma vez que diante de empresas transparentes, os consumidores, fornecedores, investidores, acionistas e funcionários, sentem-se mais seguros para realizar diferentes atividades, tais como compras, vendas, investimentos, aplicações de recursos e/ou trabalho.

4 COOPERATIVISMO

Segundo informações do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2010), cooperativismo é o instrumento pelo qual a sociedade se organiza, através de ajuda mútua, da colaboração, da solidariedade, para resolver diversos problemas relacionados ao seu dia-a-dia. As pessoas associadas a uma cooperativa se obrigam, reciprocamente, a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro.

4.1 O que é Cooperativa

Conforme a Lei nº 5764 de 1971, cooperativa é uma sociedade de natureza civil formada por no mínimo vinte pessoas, unidas pela cooperação e ajuda mútua, gerida de forma democrática e participativa, com objetivos econômicos e sociais comuns e cujos aspectos legais e doutrinários são distintos das outras sociedades. Os próprios associados, seus líderes e representantes têm total responsabilidade pela gestão e fiscalização da cooperativa.

Marion (1996) ensina que, etimologicamente, a palavra cooperativa vem do verbo latino *Cooperari*, de *Cum* e *Cooperari*, que significam operar juntamente com alguém. Cooperativa vem de cooperação. Significa trabalhar em conjunto. E cooperativismo é a doutrina que visa à renovação social, através da cooperação.

De acordo com PINHO (1986), cooperação é uma forma de integração social e pode ser entendida como ação conjugada em que as pessoas se unem, de maneira formal ou informal, para alcançar o mesmo objetivo. Ainda segundo o autor, as cooperativas são sociedades de pessoas, organizadas em base democráticas, que visam não só a suprir seus membros de bens e serviços, como também a realizar determinados programas educativos e sociais.

As principais características da cooperativa são a diferenciação dos demais tipos de sociedade por ser, ao mesmo tempo, uma associação de pessoas e

também um negócio; o cooperativismo tem por objetivo o desenvolvimento do ser humano, das famílias e da comunidade; para conseguir bons resultados deverão equilibrar essa dupla característica – o aspecto social e econômico – buscando sempre o aperfeiçoamento de suas atividades e filosofia.

Desse modo, o princípio da educação permanente deve traduzir em iniciativas que objetivem preparar o homem para a vida e para o exercício da cidadania. Capacitando-o, ainda, para atuar no mercado de forma empresarial e competente.

O cooperativismo no sentido de doutrina tem por objeto a correção do social pelo econômico através de associações de fim predominantemente econômico, tendo como peça chave para isso às cooperativas.

A cooperativa então passa a ser um organismo técnico, uma vez que deve preocupa-se com a produtividade física, ou seja, com os métodos e processos de produção, com o estudo dos tempos e movimentos, é um organismo econômico porque preocupa-se com as condições de economicidade e rentabilidade ótimas, ou seja, com o máximo de produção e o mínimo de custos e também é um organismo financeiro porque necessita ocupar-se com a origem e aplicação dos capitais e as posições mais adequadas das contas do ativo e passivo.

Está sob administração coletiva, porque é assumida pelos associados e seus representantes com uma administração coletiva que mantém nas mãos dos trabalhadores toda a gestão e risco e destina ao fator trabalho e para sociedade global todo valor agregado.

O cooperativismo é, inegavelmente, uma forma plena de valores morais e sociais. “Há, na cooperativa, a dupla qualidade dos associados que são, ao mesmo tempo, por um lado, empresários e, por outro, utilizadores e beneficiários desses mesmos serviços, que são de ordem familiar ou profissional” (MARION, 1996).

De acordo com o campo de atuação, as cooperativas podem ter objetivos diversos, porém, os associados não podem abandonar o objetivo comum, que fez de suas cooperativas um sistema, uma alternativa econômica com fins sociais. Nessa ótica, a relação entre as cooperativas é uma estratégia fundamental, não somente para a troca de informações e tecnologias, mas para a realização de transações econômicas vantajosas. Ao negociarem entre si, as cooperativas possibilitam que o capital gire dentro do próprio setor, fortalecendo-o e semeando seu crescimento.

De acordo com a Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), existem aproximadamente 7,5 mil cooperativas registradas na Organização das Cooperativas do Brasil, congregando 5,3 milhões de cooperados e 171 mil pessoas empregadas. Essas cooperativas respondem por 30% de toda produção nacional de alimentos e 4,8% das exportações do agronegócio. Apenas no ramo das cooperativas agropecuárias, o faturamento fica em torno dos R\$ 25 bilhões/ano, ou cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB).

Como cooperado, o indivíduo torna-se mais próspero em sua melhoria de vida, através de projetos, num pensar pelos interesses dos grupos envolvidos, não esquecendo o planejamento estratégico em termos de metas e programas, desenvolve aos poucos seu senso crítico, facilitando a resolução dos conflitos em que estão envolvidos, torna-se mais maleável para incorporar os não-cooperados e que têm o desejo de participar, assim, tem seu papel fundamental na promoção das mudanças, fazendo política e vencendo desafios.

Ter autonomia na mão, não esquecendo a cidadania se torna peça fundamental para que essas pessoas capacitadas representem os movimentos cooperativistas nas diversas negociações e nas muitas parcerias através de políticas desenvolvidas com a participação de todos os cooperados.

4.2 Princípios do cooperativismo

Segundo Marion (1996), os sete princípios do cooperativismo são questões que orientam as cooperativas e levam os seus valores à prática. Foram aprovados e utilizados quando se fundou a primeira cooperativa do mundo, na Inglaterra, em 1844.

A Aliança Cooperativa Internacional (ACI) estabelece, contudo, que apenas alguns princípios são obrigatórios, enquanto outras são recomendadas sem obrigação. São eles: A livre e aberta adesão dos sócios, Gestão e controle democrático dos sócios; participação econômica do sócio; autonomia e independência; Educação, treinamento e informação; cooperação entre as cooperativas; e finalmente, investimento no interesse pela comunidade.

Quanto à livre e aberta adesão dos sócios, vale ressaltar que as cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas interessadas em utilizar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades da sociedade, sem nenhuma espécie de discriminação: social, racial, política, religiosa e sexual.

Em relação à gestão e controle democrático dos sócios, diz que cooperativas são organizações democráticas controladas por seus associados, que participam ativamente na fixação de suas políticas e nas tomadas de decisões. Homens e mulheres, quando assumem como representantes eleitos, respondem pela associação. Nas cooperativas de primeiro grau, os sócios têm direitos iguais de voto¹².

Quanto à participação econômica do sócio, dizia que os associados contribuíssem de forma equitativa e controlassem democraticamente o capital de sua cooperativa e que ao menos parte desse capital fosse de propriedade comum da cooperativa. Assim, os associados geralmente recebiam benefícios limitados pelo capital subscrito, quando houvesse, como condição de associação.

Estabelecia, ainda, que os sócios destinassem as sobras para algumas das seguintes finalidades: desenvolvimento de sua cooperativa, possibilitando a formação de reservas, onde ao menos parte das quais sejam indivisíveis; em benefício dos associados na proporção de suas transações com a cooperativa; e finalmente, para sustentar outras atividades aprovadas pela sociedade (associação).

Na autonomia e independência, definiram que as cooperativas fossem autônomas, organizações de auto-ajuda e controladas por seus membros. Nas relações com outras organizações, inclusive governos, ou quando obtivessem capital de fontes externas, o fizessem de modo que garantisse o controle democrático pelos seus associados e mantivessem a autonomia da cooperativa.

Educação, treinamento e informação diziam que as cooperativas fornecessem educação e treinamento aos seus sócios, aos representantes eleitos e aos administradores e empregados, para que eles pudessem contribuir efetivamente ao desenvolvimento de sua cooperativa. Eles informavam ao público em geral – particularmente aos jovens e líderes de opinião – à natureza e os benefícios da cooperação.

¹² Cada sócio tem direito a um voto. Cooperativas de outros graus são também organizadas de forma democrática.

Já no que se tratava da cooperação entre as cooperativas, definia que as cooperativas servissem seus associados mais efetivamente e fortalecessem o movimento cooperativista, trabalhando juntas por meio de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

Por fim, como ponto fundamental da declaração de Rochdale, fortaleceram a ideia de se investir no interesse pela comunidade, confirmando que as cooperativas deveriam trabalhar para o desenvolvimento sustentável de suas comunidades por meio de políticas aprovadas por seus associados.

Assim, dentro dessa linha de considerações, podemos concluir que o Cooperativismo provém de uma ideia e, nesse sentido, não podemos permanecer estáticos. Trata-se de uma doutrina, não lhe sendo possível que uma vivência concorde com os seus perfeitos princípios e, aí está a decepção, porém adapta-se a meios completamente diferentes e ao dinamismo diversificante de nossa época e aí está a surpresa (MAGALHÃES, 1792, p. 128).

É justamente com embasamentos em um ambiente de desemprego que se criam iniciativas em que trabalhadores desempregados ou até mesmo no medo de perderem o emprego, se associam na geração de recursos para a reprodução da vida.

4.3 Vantagens de uma Cooperativa

Para Marion (1996), o fortalecimento das cooperativas aumenta o poder de barganha diante das empresas comerciais e industriais que atuam no setor além de conseguir um preço mais justo dos produtos para seus cooperados, atua também no mercado como reguladora dos preços, evitando, assim, as grandes flutuações que tanto prejudicam o consumidor final destes produtos.

Na contribuição socioeconômica o desenvolvimento econômico das cooperativas, deve-se através do apoio mútuo de seus associados, sem objetivar o lucro como principal interesse de suas atividades.

De fato, as cooperativas contribuem sobremaneira na resolução de muitos problemas das áreas subdesenvolvidas em sua transição para o desenvolvimento, como exemplo, melhoria na alfabetização, consumo, emprego, saúde, aumento da

renda per capita, participando assim ativamente do desenvolvimento no campo demográfico, social e econômico dos associados e da população por eles assistida.

O sistema cooperativista age como um agente amenizador da passagem da sociedade tradicional para a sociedade tecnológica, freando sua velocidade e evitando problemas socioeconômicos que fatalmente advirão se realizados bruscamente (MARION, 1996).

Nas áreas subdesenvolvidas ou nas sociedades tradicionais, as cooperativas conservam forte conteúdo doutrinário e são importantes na etapa de transição para o desenvolvimento, pois contribuem para que parte significativa da população não se sinta, de repente, deslocada na sociedade tecnológica.

Mais do que benefícios fiscais, o cooperativismo permite que indivíduos isolados, com menos condições de enfrentar o mercado, aumentem o grau de competitividade no mercado que estão atuando. Uma das vantagens sempre citadas em relação às cooperativas são os benefícios fiscais, mas talvez essa seja uma das questões menos importantes. Do ponto de vista fiscal não há diferença entre os impostos que incidem sobre produtos vendidos por uma cooperativa ou por uma empresa mercantil.

A principal diferença advém do fato de que o trabalho do cooperado não gera vínculo empregatício e os produtos que eles entregam à cooperativa também não geram tributação. É o que se denomina atos cooperativos. Porém, na hora de vender a mercadoria ao consumidor ou o trabalho para uma empresa haverá incidência de impostos. Ainda nessa direção, Magalhães (1972, p. 134) afirma que as: “Cooperativas são sociedades de natureza civil e como tal não sujeita a falência, cuja finalidade é prestar serviços ou exercer outras atividades de interesse comum dos associados, porém são sociedades de fins econômicos” (MAGALHÃES, 1972, p. 134).

Nessa perspectiva, a vantagem principal de uma cooperativa consiste na organização do trabalho. É possibilitar que indivíduos isolados e com menos condições de enfrentar o mercado, aumentem sua competitividade e melhorem sua renda ou sua condição de trabalho. Os possíveis benefícios fiscais passam a ser secundários se o empreendimento coletivo for viável a partir da união das pessoas.

De forma geral, a tributação envolvendo as cooperativas varia de acordo com o tributo. Vale ressaltar que os associados de uma cooperativa devem recolher Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF) e previdência social (INSS).

Quanto ao Programa de Integração Social (PIS): as cooperativas estão sujeitas ao pagamento desse tributo de duas formas: através da alíquota de 1% sobre a folha de pagamento mensal dos empregados; e sobre a receita bruta, calculada à alíquota de 0,65%, a partir de 01/02/2003 de acordo com a MP 107, com exclusões da base de cálculo previstas pela Medida Provisória 2113-27/2001, art. 15.

Já a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) será estabelecida conforme o art. 6º da Lei Complementar nº 70/91, que afirma que as cooperativas estão isentas do recolhimento, mas apenas em relação aos atos cooperativos de suas finalidades. O ato cooperativo não é uma operação de mercado, tampouco um contrato de compra e venda. O ato cooperativo não gera faturamento, nem receita. Por isso, não há incidência da Cofins.

A Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSSL) é o resultado positivo obtido pelas cooperativas nas operações realizadas com os seus associados (atos cooperativos) não integra a base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. As cooperativas ficam isentas da CSSL, conforme prevê a própria Lei nº 5.764/71 – art. 3º.

Quanto ao Imposto de Renda sobre o Lucro Líquido (RLL), não há incidência nos atos cooperativos

Em relação ao Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), o regulamento do Imposto de Renda é taxativo. Nas cooperativas que operam com associados (praticando o ato cooperativo), as sobras existentes no encerramento do balanço não são tributadas, levando-se em consideração que a cooperativa não é sociedade comercial.

Os resultados (sobras) decorrentes dos atos cooperativos não são tributáveis pelo IRPJ, conforme LEI nº 5.764 DE 16 de dezembro de 1971 e também, a partir de 1º de janeiro de 2005, as sociedades cooperativas que obedecerem ao disposto na legislação específica, no que se refere aos atos cooperativos, ficam isentas.

O fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) somente é recolhido para os empregados da cooperativa. Não há recolhimento para os cooperativados.

Quanto ao Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), incide um percentual de 15% sobre a retirada de cada cooperante, se eles forem autônomos. A

contribuição será de 20% sobre o salário-base de cada associado. Vale lembrar que a obrigação do recolhimento é de exclusiva responsabilidade da cooperativa.

O Imposto Sobre Serviço (ISS) é cobrado pela maioria dos municípios brasileiros sobre o total do faturamento. Entretanto, vários especialistas entendem que a única receita operacional da cooperativa de trabalho é a taxa de administração, que se tornaria o fato gerador do ISS.

Finalmente, em relação ao Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), vale salientar que, havendo circulação de mercadorias ou prestação de serviços tributáveis, a cooperativa estará sujeita à cobrança de ICMS, de acordo com a legislação estadual em que efetuar as operações.

4.4 Atribuições dos cooperados

Conforme regulamentado pela Lei nº 5.764, 16 de dezembro de 1971, em seu capítulo VIII, no Art. 29 diz que o ingresso na cooperativa é livre aos que quiserem utilizar seus serviços, desde que concordem com os propósitos sociais e preencham condições estabelecidas no estatuto.

Para se tornar membro de uma cooperativa, o indivíduo deve estar ciente de como deve se comportar perante sua atuação como cooperado; ser conhecedor da hierarquia institucional; conhecer as funções que vai desempenhar e participação nas tomadas de decisões que possam vir a acontecer. Conseqüentemente, é preciso conhecer previamente todos os direitos e deveres de um cooperado.

Segundo a OCB (2011), os cooperados têm o direito de utilizar os serviços prestados pela cooperativa; Tomar parte nas assembléias gerais, discutindo e votando os temas que são tratados; Propor nas assembléias gerais, medidas que julgar convenientes; Efetuar com a cooperativa, as operações que foram dispostas; Buscar com antecedência à realização das assembléias gerais, informações a respeito da situação financeira da cooperativa; Votar e ser votado para os cargos dos Conselhos de Administração e Fiscal; e, caso se desligue da cooperativa, há o direito de retirar o capital de acordo com o estatuto.

Por outro lado, tem-se como deveres indispensáveis: Integralizar as quotas-parte do capital; Operar com a cooperativa; Seguir o estatuto da cooperativa

e cumprir suas normas; Respeitar as decisões da Assembléia Geral e do Conselho Administrativo; Cobrir suas partes quando forem verificadas perdas no fim do exercício e participar efetivamente das atividades.

4.5 Documentação para Registro

Os documentos necessários para o registro na Junta Comercial do Estado são quatro vias da Ata de Assembléia Geral de Constituição e do Estatuto da Cooperativa¹³; Cópia da Carteira de Identidade (RG) e do Cadastro de Pessoa Física (CPF) do Presidente; Relação nominativa dos presente; Cópia do comprovante de residência do Presidente; Cópia do comprovante do local de funcionamento da instituição; e Visto de advogado na última página das vias da Ata e do Estatuto.

Para o registro na Receita Federal, é preciso de Ficha Cadastral e ficha complementar (CNPJ); Cópia do CPF, RG e comprovante de residência de todos os diretores; além de Lista dos associados.

4.6 Estatuto Social

O estatuto da cooperativa é a base da empresa. Nele constam as linhas gerais de seu funcionamento. Trata-se do contrato que os cooperados fazem entre si.

É fundamental que o Estatuto Social contenha: Denominação, sede, prazo de duração, área de ação, objeto da sociedade, fixação do exercício social e da data do levantamento do balanço geral; Direitos e deveres dos associados, natureza de suas responsabilidades e condições de admissão, demissão, eliminação e exclusão e normas para representação; Capital mínimo, valor da quota-parte,

¹³ Todas as páginas são rubricadas por todos os associados fundadores

mínimo de quotas partes a ser subscrito pelo associado, o modo de integralização, condições de sua retirada nos casos de demissão, eliminação ou exclusão; Forma de devolução das sobras registradas aos associados, ou do rateio das perdas apuradas; Modo de administração e fiscalização, estabelecendo os respectivos órgãos, definição de suas atribuições, poderes e funcionamento, representação ativa e passiva da sociedade em juízo ou fora dele, o prazo do mandato e processo de substituição dos administradores e conselheiros fiscais; Formalidades de convocação das Assembléias Gerais e a maioria delas requeridas para a sua instalação, validade das suas deliberações, vedado o direito de voto aos que nelas tiverem interesse particular sem privá-los de participar dos debates; Casos de dissolução voluntária da sociedade: modo e processo de alienação ou oneração de bens imóveis; modo de reformar o estatuto; e número mínimo de associados.

Todo esse estatuto está descrito na lei 5.764/71 no seu cap. IV, art.21, que retrata sobre a constituição das sociedades cooperativas.

4.7 Capital Social

Putnam (1993, p. 186) sintetiza o papel do capital social e relação direta com a economia do estado. Segundo o autor: “O capital social corporificado nestes fundamentos, favorecem o desempenho do governo e da economia e não o oposto: sociedade forte, economia forte; sociedade forte, estado forte”.

O capital social serve para possibilitar a prestação de serviço na cooperativa. Desse modo, cada grupo deverá elaborar um projeto de viabilidade econômica, especificando quais são essas instalações e equipamentos para calcular o valor com o qual cada um deverá contribuir. O capital será subdividido em quotas partes, cujo valor unitário não poderá ser superior ao maior salário-mínimo vigente no país.

Nenhum associado poderá subscrever mais de 1/3 (um terço) do total das quotas partes, salvo nas sociedades em que a subscrição deva ser diretamente proporcional ao movimento financeiro do cooperado ou transformado ainda, em relação à área cultivada ou ao número de plantas e animais em exploração.

É vedado às cooperativas distribuírem qualquer espécie de benefício às quotas partes do capital ou estabelecer outras vantagens ou privilégios, financeiros ou não, em favor de quaisquer associados ou terceiros, excetuando-se os juros até o máximo de 12% (doze por cento) ao ano que incidirão sobre a parte integralizada.

Para a formação do capital social poder-se-á estipular que o pagamento das quotas partes seja realizado mediante prestações periódicas, independentemente de chamada, por meio de contribuições. As quotas partes do capital nunca serão cedidas a terceiros, estranhos à sociedade.

As cooperativas são obrigadas a constituir segundo a Lei nº. 5.764/71 no seu (cap. VII, art.28) que os fundos de reserva destinados a reparar perdas e atender ao desenvolvimento de suas atividades, constituído com 10% (dez por cento), pelo menos, das sobras líquidas do exercício. O Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social - FATES, destinados à prestação de assistência aos associados, seus familiares e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa, constituído de 5% (cinco por cento), pelo menos, das sobras líquidas apuradas no exercício.

Reafirma ainda que o Fundo de reserva e o FATES são indivisíveis. Além dos previstos, a Assembléia Geral poderá criar outros fundos, inclusive rotativos, com recursos destinados a fins específicos, fixando o modo de formação, aplicação e liquidação.

A sociedade cooperativa regulamentada na lei 5.764/71 em seu (cap. 5,art. 22-23) também afirma a necessidade de se manter diversos livros, como de matrícula, atas de assembleias gerais, atas dos órgãos de administração, atas de conselho fiscal, atas de presença dos cooperados nas Assembleias Gerais , dentre outros, sendo os livros fiscais e contábeis (obrigatórios). Entendendo que estes são documentos cruciais para o registro de todos os dados de uma cooperativa, è necessário que sejam bem elaborados e utilizados.

As cooperativas, os sindicatos que conseguem sobreviver apesar das dificuldades, os partidos políticos que não se subordinam às lógicas burocráticas, as associações culturais e esportivas e os vários momentos de festa popular autêntica são momentos da utopia experimental no sentido de que são momentos de afirmação, no presente, de que o futuro é possível (VAINER , 1999, p.60-61).

Não existe empreendimento sem sociedade. Não tem como ver uma forma de produção se não imaginar um tipo de sociedade. Uma depende da outra. Pensando-se em outra forma de produção, não tem como imaginar a produção sem estar inserida em forma de sociedade. Sociedade é uma organização muito maior do que a produção.

4.8 Intervenção nas Cooperativas

Nos países democráticos, o cooperativismo surgiu e se desenvolveu espontaneamente, sem que os governos tivessem exercido influência direta no seu surgimento e no seu crescimento, especialmente no século passado, onde foi quase nula a participação do Estado em assuntos sociais e econômicos (FABRIS, 1988).

Conforme Magalhães (1972), a intervenção do Estado na economia vem crescendo de forma acelerada, principalmente no controle dos preços, regimes bancários, nacionalização e planificação da economia, variando, porém, de país a país. Nos países mais desenvolvidos, essa intervenção é bem menor do que a exercida nos menos desenvolvidos, tanto no que se refere às empresas mercantis, como as sociedades cooperativas.

No Brasil, as cooperativas tiveram tratamentos diversos, desde a mais completa liberdade no que tange à sua criação e administração, até o mais rígido controle estatal, pelo menos no aspecto formal.

O cooperativismo brasileiro, a partir da criação da OCB e de sua regulamentação através da medida provisória nº 1.715 de 1998 e do Decreto 3.017 de 1999 vem conquistando espaço significativo no cenário nacional também por meio de atuação junto ao poder Legislativo. Sobretudo com o trabalho realizado com a Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop).

De acordo com Fabris (1998), durante a vigência dos Decretos nº 1.637 de 1907 e 22.239 de 1932 (1ª fase), a legislação cooperativista não continha dispositivos relativos à fiscalização e ao controle público na organização e funcionamento das cooperativas. Estas só tiveram início a partir do Decreto-Lei nº 581 de 1938, cujos dispositivos foram regulamentados pelo Decreto-Lei nº 6.980 de 1941 e mantidos, com algumas modificações, pelo Decreto-Lei nº 5.839 de 1943.

Em 1945, após a queda do Estado Novo, editou-se o Decreto-Lei nº 8.401, que revogou a legislação cooperativista então vigente e revigorou o Decreto nº 22.239/32 e o Decreto-Lei nº 581/38 e o seu regulamento, conservando, assim, os dispositivos referentes à fiscalização, ao controle e à intervenção nas cooperativas. O Decreto-Lei nº 59 de 1966 e o seu regulamento, aprovado pelo Decreto nº 60.597, de 1967, mantiveram a fiscalização, controle e a intervenção nas sociedades cooperativas, o mesmo ocorrendo com a atual Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971.

Todo esse histórico da evolução da Legislação cooperativista no Brasil é resumido no quadro 1, levando-se em consideração seus dispositivos principais:

Quadro 1. Histórico da evolução do cooperativismo no Brasil

Decreto-Lei	Dispositivo
Nº 1.637/1907 Nº 22.239/1932	A legislação não continha dispositivos relativos à fiscalização e ao controle público na organização e funcionamento das cooperativas.
Nº 581/1938	A legislação passa a conter dispositivos relativos à fiscalização e ao controle público na organização e funcionamento das cooperativas.
Nº 6.980/1941	Regulamentação do dispositivo decreto – lei nº 581/38.
Nº 5.839/1943	Manteve algumas modificações do decreto nº 6.980/41.
Nº 8.401/1945	Foi editado e revogou a legislação cooperativista então vigente e revigorou o decreto nº 22.239/32 e o decreto-lei nº 581/38. conservando, assim, os dispositivos referentes à fiscalização, ao controle e à intervenção nas cooperativas
Nº 59/1966	O seu regulamento, aprovado pelo Decreto nº 60.597, de 19 de abril de 1967, mantiveram a fiscalização, controle e a intervenção nas sociedades cooperativas, o mesmo ocorrendo com a atual Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971

Fonte: adaptado de FABRIS (1988).

É importante conhecer a cronologia que retrata a evolução do cooperativismo, uma vez que já existiam pessoas que buscavam a organização, desenvolvimento e criação de leis e decretos, mesmo antes da existência destas entidades de representação. Estas leis, brevemente relatadas acima, mostram como a luta pela sociedade cooperativista esteve presente em vários momentos da história do desenvolvimento social e político do povo brasileiro.

5 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada na Cooperativa Coopervidas, localizada no município de Vargem Alegre, Minas Gerais. Trata-se de uma fábrica que trabalha com materiais recicláveis, produzindo vassouras e sacolas de lixo.

Desse modo, o universo (população) da pesquisa de campo é representado pelos cooperados da Coopervidas, que totalizam quarenta indivíduos. Neste trabalho foi utilizada uma amostra não probabilística definido pelo critério da intencionalidade, sendo composta pela liderança da Coopervidas.

Para a realização da coleta de dados efetuou-se, primeiramente, uma pesquisa bibliográfica em livros, dissertações, teses, artigos, revistas especializadas, jornais e demais publicações científicas pertinentes ao tema, os quais tiveram como objetivo a construção do arcabouço teórico do presente estudo. Tais atividades resultaram em uma maior compreensão a respeito do assunto estudado bem como a referencia para a pesquisa de campo.

Posteriormente, foi realizada uma pesquisa de campo. Os dados dessa pesquisa foram coletados por meio de entrevistas com a diretoria da Coopervidas. Antes de cada entrevista, foi explicado o objetivo e a relevância da pesquisa ao entrevistado.

Tomando-se por base a classificação da pesquisa apresentada por Vergara (1997), esta pesquisa é do tipo: descritiva e exploratória, sendo realizada através de entrevistas. Trata-se, ainda, de uma pesquisa qualitativa¹⁴, pois os dados obtidos foram direcionados a uma avaliação, com interpretação dos resultados alcançados, a fim de avaliar a real interação da Coopervidas com o meio ambiente, cooperados e a comunidade.

O método de estudo de caso foi utilizado, a fim de colocar em prática todo o assunto aportado no referencial teórico. Realizou-se o trabalho, sem permitir uma intervenção direta do objeto a ser pesquisado, ou seja, utilizou-se o estudo de caso para proporcionar um melhor direcionamento do tema investigado, sem interferir diretamente nas suas características essenciais.

¹⁴ Para Hubner (1998, p.56), “o que define uma pesquisa como sendo qualitativa ou quantitativa não é o método de coleta, mas sim a forma de tratamento dos dados”.

Gil (2002) descreve um estudo de caso como sendo um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

Conforme Martins (1979, p. 30): “A pesquisa tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, bem como o estabelecimento de relação entre variáveis e fatos”. Para Gil (1999), a pesquisa caracteriza-se por ser um estudo exploratório, uma vez que permite ao pesquisador estudar, desenvolver e modificar conceitos e ideias para formular o problema.

Em se tratando do método de estudo de caso, Yin (1994) define que deve ser realizado com base nas características do fenômeno em estudo e com base num conjunto de características associadas ao processo de recolha de dados e às estratégias de análise dos mesmos.

6 HISTÓRICO DA EMPRESA

O presente estudo desenvolveu-se na Cooperativa de vidas solidárias (Coopervidas), localizada na localidade denominada Córrego do Boi, s/n, Zona Rural, da cidade de Vargem Alegre, no leste de Minas Gerais.

Segundo dados do IBGE, Vargem Alegre foi elevado à categoria de Cidade¹⁵ em 1995. Atualmente, abriga uma população de 6.461 habitantes, numa área territorial de 117km². Os dados gerais do município são apresentados na Tabela 1:

Tabela 1 – Dados gerais da cidade de Vargem Alegre – Minas Gerais em 2010

População	6.461
Área da unidade territorial (Km ²)	116,664
Densidade demográfica (hab/Km ²)	55,38
PIB a preços correntes	32.942,00
PIB per capita a preços correntes	4.838,78

Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA.

No município de Vargem Alegre, conforme é exposto no Gráfico 1, ocorreu um ligeiro aumento populacional entre 2000 e 2007. Contudo, houve um decréscimo em 2010. Esse perfil populacional incide sobre a quantidade de lixo produzido pela produção, embora inúmeras outras variáveis também estejam relacionadas a esse processo.

¹⁵ No início da década de 1950, ocorreu a criação do Distrito de Vargem Alegre pela Lei nº1039/1953, pertencendo a partir deste momento ao município de Caratinga. O processo de emancipação ocorreu somente no final do século XX. O distrito, em 21 de dezembro de 1995 foi elevado à categoria de Cidade e Sede Municipal, com território desmembrado de Caratinga.

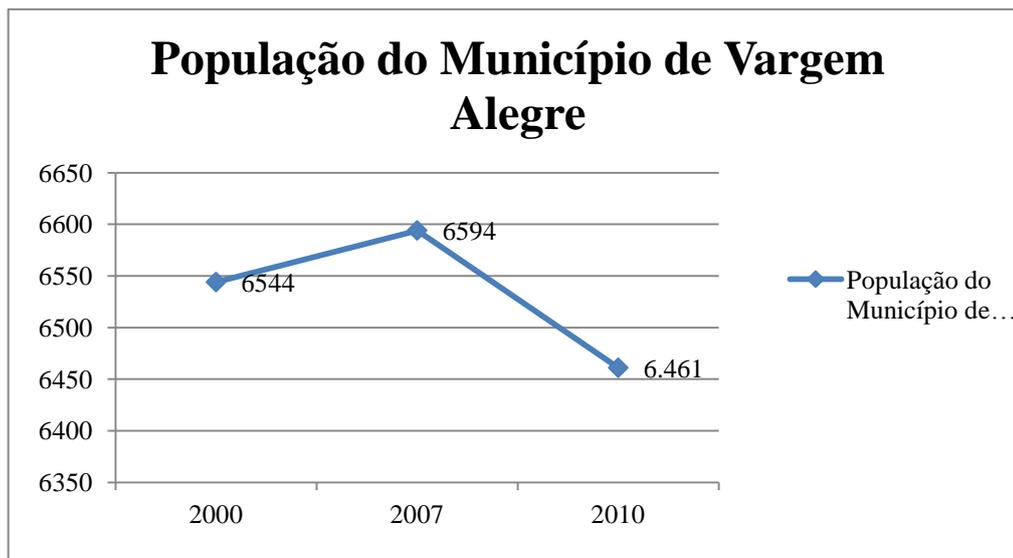


Gráfico 1 – População do Município de Vargem Alegre entre 2000-2010

Fonte: FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010.

A Coopervidas foi criada há cinco anos. Conseguiu, então, firmar-se no mercado e, atualmente, retira aproximadamente 1,6 toneladas de lixo por mês – o que equivale a 30.000 garrafas pets de 2 litros – tiradas do meio ambiente.

Em anexo, são dispostas várias imagens da Coopervidas, provenientes de fotografias realizadas ao longo das visitas à fábrica, demonstrando sua estrutura física, assim como materiais e equipamentos utilizados. A figura 1 mostra a fachada da Cooperativa.

Para concepção desse estudo, realizaram-se várias visitas à sede da Coopervidas, sendo aplicados questionários e entrevistas a sua diretora financeira, Sr^a. Syntia Aparecida Alves Silvia. Durante o estudo, analisou-se questões de como o cooperativismo pode ser um instrumento de equilíbrio social e ambiental, funcionamento do processo produtivo, reciclagem, origem da matéria-prima, aplicação dos princípios cooperativistas, objetivos, perguntas direcionadas ao dia-a-dia da cooperativa como produtos, parcerias, desenvolvimento local, e, por fim, sugestões para melhoria dos processos da Coopervidas.

A cooperativa surgiu a partir da interação solidária, fruto da luta de pessoas que se uniram, porque viram a necessidade de instituir uma cooperativa de reciclagem, devido à observação que se produzia muito lixo na cidade, sem uma destinação adequada. O projeto foi desenvolvido por Nelson Pizzonte e com a ajuda e iniciativa do Padre João Batista Oliveira da paróquia São José levou o projeto para a cidade de Vargem Alegre.

A cooperativa conta com a participação de quarenta cooperados, sendo que dez destes participam efetivamente na produção. O capital da Coopervidas, representado por quotas-partes, não tem limite quanto ao Máximo: variará conforme o número de quotas-partes subscritas, mas não poderá ser inferior a R\$ 1.000,00 (hum mil reais). O capital é subdividido em quotas-partes de valor unitário igual a R\$ 10,00 (dez reais). Sendo essas indivisíveis e intransferíveis a não associado.

A Coopervidas distribui juros de 6% (seis por cento) ao ano, que serão contados sobre a parte do Capital integralizado, quando houver sobras.

A coopervidas retém 2% (dois por cento) do movimento financeiro de cada cooperado, que terá por fim a integralização de seu capital social.

A direção é composta por um presidente, diretor financeiro, diretor pessoal, diretor operacional. São realizadas assembléias, a Assembléia Geral Ordinária, realizada uma vez ao ano, no decorrer do primeiro trimestre, e a extraordinária realizada quando houver necessidade de resolução de algum problema.

Em 24 de fevereiro de 2006 iniciou-se o trabalho de construção do galpão, o terreno foi doado pela prefeitura municipal de Vargem Alegre/MG e a construção foi realizada pelos cooperados e voluntários. As máquinas e equipamentos foram doados pela Petrobrás e em 14 de julho 2007 começou as primeiras linhas de produção.

A Coopervidas é uma cooperativa que produz vassouras com a utilização de garrafas pet (Figura 2) e produz sacos de lixo reciclados a base de saquinhos plásticos. Os produtos não são biodegradáveis devido à falta de recursos financeiros da Coopervidas, pois produzir produtos biodegradáveis exige aplicação de recursos monetários, os quais a cooperativa não dispõe no momento.

A captação de materiais provém das prefeituras¹⁶ (Coronel Fabriciano, Timóteo, Inhapim e Ipaba) e do Moviso, além dos catadores do município. Para eles, a Coopervidas paga o equivalente a R\$1,00 real o quilo para adquirir o material. O cabo da vassoura, conforme mostrado na figura 3, é comprado.

¹⁶ Com a prefeitura de Governador Valadares é trocado os fundos das garrafas pet que não são aproveitados. E com a prefeitura de Inhapim, é feito uma espécie de troca: a Coopervidas fornece uma determinada porcentagem de produtos para acondicionamento de lixo e a prefeitura entra com os materiais reciclados e uma parte em dinheiro.

Inicialmente, eram produzidas somente as vassouras, conforme mostrado na Figura 4. A produção inicial era de aproximadamente seis mil unidades por mês. Dois anos depois que a Coopervidas começou a produção de sacos para acondicionamento de lixo, e devido a uma demanda cada vez mais intensa, a cooperativa diminuiu a produção de vassouras para mil vassouras por mês e iniciou a produção de cerca de dez mil quilos de saco para acondicionamento de lixo.

A seguir, na figura 5, apresenta-se um fluxograma que demonstra as etapas no processo de produção das vassouras e, posteriormente, na figura 6, um fluxograma demonstra o processo de produção dos sacos para acondicionamento de lixo:

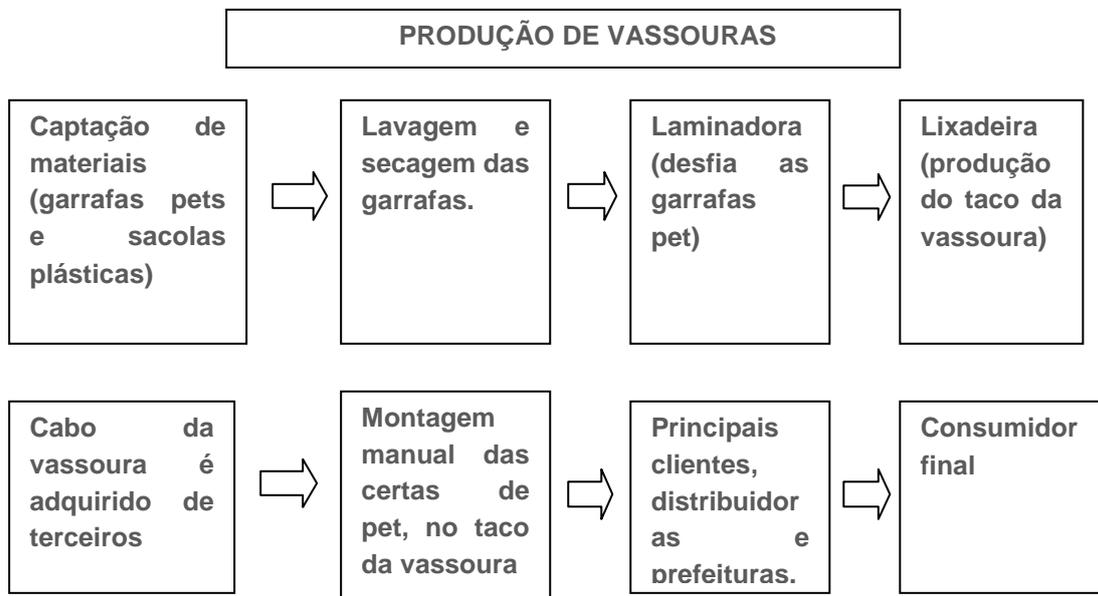


Figura 5: Fluxograma da produção de Vassouras na Cooperativa Coopervidas
Fonte: elaboração dos autores

Dessa forma, a produção de vassouras engloba uma série de atividades em sequência. Por isso, é preciso uma série de cuidados em toda a cadeia de produção, uma vez que a qualidade do processo depende da execução correta da etapa anterior. Tais considerações também se aplicam ao fluxograma seguinte, que trata da sequência de eventos na produção de sacos para acondicionamento de lixo:

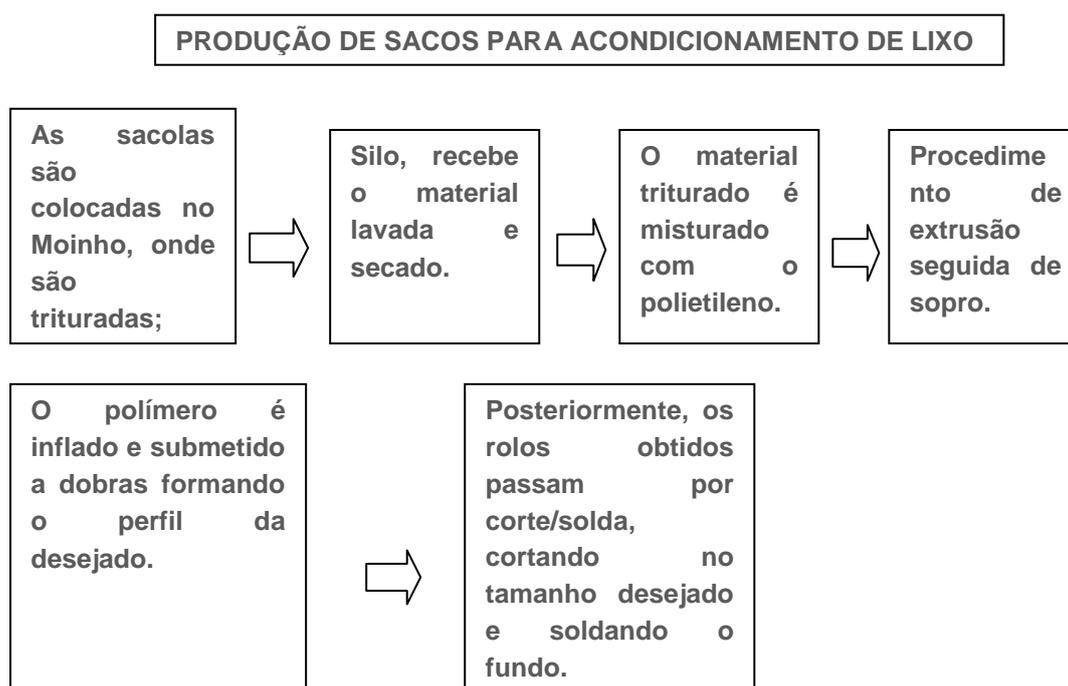


Figura 6: Fluxograma da produção de Vassouras na Cooperativa Coopervidas
 Fonte: Elaboração dos autores

Atualmente, existem três categorias de vassouras: vassoura tipo 3 (vendida no valor de R\$ 7,65); vassoura tipo 4 (R\$ 8,15) e vassoura gari no valor de R\$ 10,00 reais. As sacolas são comercializadas no valor de R\$ 4,00 reais o quilo. Existe uma demanda constante para todas as vassouras e as sacolas produzidas na fábrica.

A Coopervidas vende seus produtos para distribuidoras e prefeituras, fechando assim, a cadeia de produção dessas mercadorias.

De acordo com informações do trabalho de avaliação de empresa elaborado pela Deloitte Touche em 2009, contemplando a Cia. Maranhense de Refrigerantes (CMR), o “Brasil ocupa a 3ª colocação no mercado mundial de refrigerantes, segundo avaliação realizada em 2004, tendo consumido 66 litros per capita, ficando atrás somente dos EUA (198 litros per capita) e do México (147 litros per capita)” (DELOITTE, 2009).

Dentre os fabricantes, a Coca-Cola ocupou, em 2009, (janeiro a maio), uma posição de destaque com *market share*¹⁷ de 56% do mercado brasileiro, seguida pela Ambev, com 11%. As demais marcas totalizaram 33% (DELOITTE, 2009).

¹⁷ O termo em inglês tem a seguinte composição: *market* significa mercado e *share*, divisão ou quota.

No último ano, a distribuidora ANBEVE vendeu para o município de Vargem Alegre 370 fardos de refrigerante com 6 unidades cada, totalizando 2.200 unidades de garrafas PET. Desta forma, como a ANBEVE representa 11% do mercado, é possível inferir que o volume total de unidades PET recebidas no município é igual a 20.000.

Esses números demonstram a necessidade de buscar ações voltadas para a responsabilidade social e a sustentabilidade, uma vez que o meio ambiente e a comunidade sofrem diretamente o impacto dessas práticas. Por esta razão, as atividades de reciclagem apresentam uma série de vantagens, econômicas, sociais e ambientais.

A preservação ambiental e a sustentabilidade são questões urgentes e a reciclagem é uma das melhores formas de praticá-la. Considerando-se as atividades realizadas pela Coopervidas, tornam-se claras as ações voltadas para a Responsabilidade Social, que beneficiam, simultaneamente, vários agentes envolvidos no processo, como a comunidade, a própria empresa e o meio ambiente.

7 RESULTADO E DISCUSSÃO

Diante da elaboração do presente trabalho, houve, primeiramente, a sensibilidade de realizar um aprofundamento acerca da questão cooperativista, observando todos os passos que uma cooperativa segue para se tornar de fato, uma instituição representativa de pessoas. Pessoas estas, que através de união e vontade de se desenvolverem enquanto cidadãos, buscam meios para uma melhor qualidade de vida.

O cooperativismo passa a ser uma alternativa de desenvolvimento sustentável de diversos setores da economia nacional, fruto do esforço de pessoas simples, como às encontradas no município de Vargem Alegre, que encontraram no sistema cooperativista, uma chance de mudar à realidade que ali estavam submergidos. Os desafios foram muitos, desde a simples escolha de como seria essa cooperativa, até a elaboração de um projeto que almejasse espaço adequado, como construção de galpão, maquinário, entre outros; visto que não tinham capital financeiro e nem pessoas capacitadas para que todo aquele sonho se tornasse realidade.

Sem que soubessem, os cooperados estavam praticando a responsabilidade social, pois através de seus esforços, criaram um instrumento de organização social importantíssimo. Tal instrumento se torna uma fonte de renda para mais de quarenta famílias.

Por se tratar de uma cooperativa de reciclagem, fizeram desse instrumento de trabalho algo ainda mais complexo, além da contribuição financeira que a cooperativa proporciona para seus cooperados, contribui com a sustentabilidade, pois a Coopervidas se preocupa em suprir as necessidades financeiras dos cooperados, mas sempre procurando produzir mais e com melhor qualidade, gerando menos desperdício e utilizando materiais que seriam descartados no meio ambiente.

A responsabilidade social dessa instituição só não lhe favoreceu quando analisado que, mesmo retirando garrafas pet (cerca de 1,6 toneladas/mês, o equivalente a 30.000 garrafas) e sacos plásticos (15 toneladas/mês), produziam (10 toneladas/mês de sacos plásticos), voltando então a gerar um significativo impacto

ambiental. Sendo que poderiam na linha de produção, produzir sacolas biodegradáveis, que já são obrigatórias em muitas cidades conforme sancionado o Decreto 14.367 de 2011.

O material dos sacos plásticos é uma resina não renovável derivada do petróleo, o polietileno. Esse material leva séculos para se decompor no meio ambiente, o que não aconteceria se reciclassem e transformasse esse material em sacolas biodegradáveis, o que não acontece, segundo a entrevistada, por falta de recursos financeiros para adquirir maquinário específico.

Em relação às vassouras, poderia também se criar postos de arrecadação dos cabos, quando estas já tiverem sido utilizadas. Além de diminuir nos custos de produção, seria uma forma eficaz de colocar em prática os 3Rs da sustentabilidade: Reduzir, Reutilizar e Reciclar. A Coopervidas tem planos a longo prazo para comprar uma extrusora que faz o cabo de vassoura a base de garrafas pet. Com esse investimento a Coopervidas deixaria de comprar esses cabos de vassouras de terceiros e iria fabricar os próprios cabos, diminuindo assim seus custos e reciclando mais garrafas pets.

A busca por informações e/ou dados econômico-financeiros da entidade não fora objeto de êxito. A entidade não possui sistema contábil harmonizado às normas contábeis brasileiras, o que tornou prejudicado parcialmente este estudo, quanto não fora possível mensurar o nível de atividade econômica da entidade. Tal fato nos remete a contemplar uma reflexão: a falta de culto à transparência pode patrocinar a falência dos ideais auspiciosos com que se concebeu a entidade.

Como forma de expressar o culto à transparência, dar publicidade aos atos administrativos através dos canais de mídia e/ou eventos institucionais constitui-se como ato cabal de tal intento, ao mesmo tempo em que conspira para adjudicação de novos agentes em seu quadro de cooperados, e ainda, preceptores à perenidade da entidade.

É imperioso lembrar que a responsabilidade civil e material dos agentes – pessoas naturais – membros constituintes da entidade – tem responsabilidade ilimitada para com terceiros, na forma do Código Civil Brasileiro.

A resolução nº 1.003/04 do Conselho Federal de Contabilidade, que estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade. A divulgação do balanço nos meios de

comunicação ajuda na imagem da organização. É muito relevante a elaboração e divulgação do balanço social, para tornar público o que a cooperativa tem feito na área social, assim, os consumidores, cooperados, fornecedores e investidores teriam um maior conhecimento das ações de responsabilidade social que a cooperativa Coopervidas presta a comunidade.

Assim a Coopervidas estaria buscando na Responsabilidade Social benefícios como o reforço de sua imagem e, dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a cooperativa pode torna-se mais conhecida e, conseqüentemente, venderia mais.

Vale ainda ressaltar que os produtos vendidos pela Coopervidas poderiam ganhar maior visibilidade. Os clientes podem orgulhar se de comprar vassouras e sacos de lixo reciclados de uma empresa que executa a Responsabilidade Social; o que também poderia motivar o trabalho dos cooperados. Com relação aos fornecedores, podem sentir-se motivados a trabalhar como parceiros de uma empresa dessa natureza. Os concorrentes podem reconhecer o ganho de valor dessa cooperativa. É o uso da cidadania empresarial como vantagem competitiva. O governo e a sociedade civil podem tornar-se parceiros desta empresa em seus empreendimentos sociais. E, como resultado final, a longo prazo, pode-se obter um sensível aumento nas vendas, a empresa pode fortalecer a sua imagem, ganhar respeito e confiabilidade e assegurar a sua autopreservação.

A criação da Coopervidas proporcionou melhorias de vida para seus cooperados. Ela fortaleceu e impulsionou a renda dessas pessoas, tendo como princípios a valorização das pessoas e não somente da própria cooperativa. E traz consigo, um conjunto de valores agregados, como o da responsabilidade social e sustentabilidade. Essas pessoas foram agentes de transformação de suas realidades. Capazes de se desenvolverem enquanto cidadãos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações expostas neste estudo, pode-se concluir que a Responsabilidade Social está preponderantemente direcionada a uma atitude e a um comportamento empresarial ético e responsável. Nesse contexto, deve prevalecer a “responsabilidade ética”, que consiste no dever e compromisso da empresa em assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações com os seus diversos públicos-alvo, tais como os clientes, fornecedores e o governo, com o intuito de tornar esses vínculos mais sustentáveis e duradouros.

Por conseguinte, a Responsabilidade Social vai além do que as organizações econômicas fazem para a sociedade, é algo além das obrigações impostas pelo governo; representa um passo adiante. Aludindo a visão do Instituto Ethos, a responsabilidade social está se tornando cada vez mais um fator de sucesso empresarial, o que cria novas perspectivas para a construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo.

A responsabilidade social é uma tendência, proveniente de atitudes e atividades socialmente aceitáveis pelos empresários e exigidos pela sociedade. Origina-se do entendimento de que para atingir um grau de sustentabilidade adequada, é preciso o envolvimento da comunidade, do governo e das empresas, que buscam juntos novas estratégias para reverter à condição do acúmulo de problemas, ao longo de décadas, nos campos econômicos, políticos e, conseqüentemente sociais. Trata-se de um tema novo para muitos profissionais e empreendedores, o que incita a realização de estudos voltados para esta nova forma de gerir uma instituição na atualidade.

Esse estudo voltou-se à análise das práticas de responsabilidade social por parte da cooperativa de reciclagem Coopervidas. Os resultados permitiram constatar a importância das atividades dessa cooperativa na comunidade em que está inserida, assim como seu impacto positivo no meio ambiente, uma vez que a produção de sacolas e vassouras contribui com a diminuição do lixo da comunidade. Além disso, pode-se concluir que o cooperativismo configura-se como importante instrumento de inclusão social e equilíbrio ambiental, uma vez que pequenas ações podem mudar a realidade de muitas pessoas.

Visando contribuir com futuras pesquisas acerca do cooperativismo, sugere-se dar continuidade ao estudo, buscando maiores esclarecimentos sobre as atividades cooperativistas, assim como suas principais implicações sociais e ambientais. Sugere-se ainda, a publicação do Balanço Social, que além de ser preceito de uma administração transparente e norteadada pela ética, é também uma maneira de divulgar o cooperativismo como alternativa ao sistema capitalista. Assim, destaca-se a necessidade de divulgar melhor as atividades e resultados obtidos pela Coopervidas.

Finalmente, vale ressaltar que esse estudo foi de extrema valia para as pesquisadoras, para o meio acadêmico e para a própria cooperativa, uma vez que proporcionou adequação do referencial teórico com a prática, aumentando o conhecimento específico do assunto abordado. No demais, o presente trabalho está aberto a novas pesquisas, a fim de aprimorar e enriquecer o estudo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. *O Bom Negócio da Sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BACHA, M. L.; SANTOS, J.; SCHAUN, A. Considerações teóricas sobre o conceito de Sustentabilidade. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 7., 2010. Anais. SEGET, 2010.

BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F. G.; ANDREASSI, T.; VASCONCELOS, F. C. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 146-154, Abril/Junho. 2010. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902010000200002.pdf>. Acesso em: 20 de nov. 2011.

BERTONCELLO, S. L. T.; CHANG JUNIOR, J. A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. *Revista Facom*, n. 17, p. 70-76. 2007. Disponível em: <http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf>. Acesso em: 28 de nov. 2011.

DAHER, W. M.; OLIVEIRA, M. C.; CALS, B. O.; PONTE, V. M. R. Responsabilidade social corporativa segundo o modelo de Hopkins: um estudo nas empresas do setor energético do nordeste brasileiro. *Revista de Gestão social e ambiental*, v. 1, n. 1, p. 31-46, Jan./Abril. 2007. Disponível em: <<http://www.revistargsa.org/ojs/index.php/rgsa/article/view/14/4>>. Acesso em: 15 de nov. 2011.

DELOITTE, Laudo de Avaliação. 2009. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/dados/LaudEditOpa/RJ-2009-10288/20090922_LAUDO_DE_AVALIA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acesso em: 11 de dez. 2011.

FABRIS, Sérgio Antônio. Associação dos Advogados Cooperativistas. A Interferência Estatal nas Cooperativas. Aspectos Constitucionais, Tributários, Administrativos e Societários, Porto Alegre, 1988.

FERREIRA, A. C. S. *Contabilidade Ambiental: Uma Informação para o Desenvolvimento Sustentável*. São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HIGUCHI, A. K.; VIEIRA, F. G. D. Responsabilidade social corporativa e marketing social corporativo; uma nova proposta de fronteira entre estes dois conceitos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA, 2007, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ENAMPAD, 2007.

HUBNER, M. Martha. Guia para elaboração de monografias e projetos de dissertação e doutorado. São Paulo: Pioneira/Mackenzie, 1998.

JABBOUR, C. J. C.; SANTOS, F. C. A. Evolução da gestão ambiental na empresa: uma taxonomia integrada à gestão da produção e de recursos humanos. *Revista Gestão & produção*, São Paulo, v.13, n.3, p.435-448, Set.-Dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v13n3/06.pdf>>. Acesso em: 08 de dez. 2011.

LEVEK, A. R. H. C.; BENAZZI, A. C. M.; ARNONE, J. R. F.; SEGUIN, J.; GERHARDT, T. M. A responsabilidade social e sua interface com o marketing social. *Revista da FAE*, Curitiba, v. 5, n. 2, p.15-25, Maio/Agosto. 2002. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/a_responsabilidade_social.pdf>. Acesso em: 28 de nov. 2011.

LEWIS, S. B. Responsabilidade social e incentivos fiscais na Ciência, tecnologia e inovação. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 14, p. 281-302, nov. 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/7661/6755>>. Acesso em: 02 de dez. 2011.

MACKE, J.; CARRION, R. M.; DILLY, E. K. Programas sociais corporativos e capital social: proposta de qualificação. *Revista administração contemporânea*, Curitiba, v. 14, n. 5, p. 836-853. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n5/v14n5a05.pdf>>. Acesso em: 04 de dez. 2011.

MAGALHÃES, M. H. *Manual de Contabilidade Cooperativa*. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Estudos Cooperativos, 1972.

MARION, José Carlos. *Contabilidade e Controladoria em Agribusiness*. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINS, Gilberto Andrade. Abordagens Metodológicas em pesquisas na área de Administração. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 32, n. 3, Jul/Set. 1997. Disponível em: <www.rausp.usp.br/download.asp?file=3203005.pdf>. Acesso em: 04 de dez. 2011.

PINHO, Diva Bernardes. *A empresa cooperativista: análise social, financeiro e contábil*. São Paulo: Coopicultura, 1986.

PUTNAM, Robert. *Comunidade e Democracia: A Experiência da Itália Moderna*. Rio de Janeiro: FGV, 1993.

RICO, E. M. A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 73-82, Out./Dez. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n4/a09v18n4.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 11, n. 3, Julho/Set. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v11n3/a05v11n3.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2011.

SILVA, D. da, C. C.: Sustentabilidade Corporativa. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 6., 2009, Rio de Janeiro. *Anais*. Belo Horizonte: SEGeT, 2009.

SOUZA FILHO, J. M.; WANDERLEY, L. S. O. Divulgação da responsabilidade social empresarial: como os websites empresariais vêm sendo utilizados por empresas de energia e varejo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA, 2006, Salvador. *Anais*. Salvador: ENAMPAD, 2006.

TORRESI, S.I; CÓRDOBA de; PARDINI, V. L.; FERREIRA, V. F. O que é sustentabilidade?. *Revista Química Nova*, São Paulo, v. 33, n. 1, p. 1-1. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/qn/v33n1/01.pdf>>. Acesso: 02 dez. 2011.

VAINER, Carlos. O Presente de um Futuro Possível. In: GUIMARÃES, Gonçalo (Org.). *Sindicalismo e Cooperativismo*. São Paulo/Rio de Janeiro: ITCP - COPPE/RITCP's/ UNITRABALHO, p. 37-61. 1999

VEIGA, A. S.; MARTINS, M. R.; SOUZA, R. F. PALHARES, R. S. Responsabilidade social nas Cooperativas de Minas Gerais. Projeto Interdisciplinar apresentado à Faculdade Novos Horizontes. 2007. Disponível em: <http://www.unihorizontes.br/pi/pi_csa_2_2007/cooperativas/responsabilidade_social_nas_cooperativas_de_minas_gerais.pdf>. Acesso: 01 dez. 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. *Métodos de pesquisa em administração*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: Planejamento e métodos*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ANEXOS

ANEXO A – Fotografias da Coopervidas



Figura 1. Fachada na Coopervidas



Figura 2. Garrafas Pet recolhidas pela Coopervidas



Figura 3. Cabo de vassouras



Figura 4. Vassouras produzidas pela Coopervidas

ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Porque uma cooperativa de reciclagem? De quem foi à idéia de se criar uma cooperativa no município de Vargem Alegre/MG e por quê?

Primeiramente devido a muito lixo na cidade de Vargem Alegre/MG, segundo, porque já existia um projeto semelhante para a cidade de Mutum, assim o Padre João Batista Oliveira trouxe a idéia para Vargem Alegre, e a criação do projeto foi feita por Nelson Pizzonte. A Petrobras entrou com a capital para a aquisição das maquinas e construção do galpão, e a prefeitura de Vargem Alegre forneceu o terreno.

2. Em que ano foi fundada a Coopervidas?

Em 24/02/2006 iniciou o trabalho de construção do galpão, e em 14/07/2007 começou as primeiras linhas de produção.

3. Qual a produção/mês de vassouras pet e sacolas de lixo? Qual a quantidade vendida/mês? Qual o preço de venda da vassoura?

No início eram 6.000 vassouras/mês – atualmente 1.000 vassouras. Em 2008 iniciou a produção de sacolas de lixo 3.000 kg/mês – atualmente 10.000 kg/mês de sacolas de lixo.

Existem 3 tipos de vassouras nº 3 R\$ 7,65, nº 4 R\$ 8,15 e modelo gari R\$ 10,00. Sacolas de lixo R\$ 4,00 o kg (a produção de vassouras diminuiu porque a demanda por sacolas aumentou)

4. Qual a quantidade de garrafas pets utilizadas por unidade de vassouras produzidas?

30 garrafas para produzir cada vassoura. 15 toneladas de saquinhos plásticos para 10 toneladas de saco de lixo produzidas.

5. Quantas toneladas de garrafas pet são retiradas do meio ambiente por mês?

São retiradas 30 mil garrafas pet (18 garrafas por kg) e mil sacolinhas plásticas

6. Existe uma campanha da cooperativa para o material já usado, como pontos de coleta para o recolhimento dos cabos das vassouras?

Não, porque haveria a necessidade de manter pessoas disponíveis para a coleta.

7. O que utilizam na cooperativa de matéria prima, além de garrafas pet?

Utilizam-se: sacolas plásticas, Cabos, Pregos (6.000 pregos/mês), Taco e cunha (madeira), Grampos (18.000 grampos/mês)

8. Qual o destino dos materiais não aproveitados pela cooperativa?

O único material não aproveitado são os fundos das garrafas pet, que são trocados com outras associações.

9. De onde vem o material (matéria prima) a ser reciclado?

O material provém das associações de prefeituras de Coronel Fabriciano e Timóteo, dos municípios de Inhapim e Ipaba, além do Moviso.

10. A Coopervidas promove a educação e a formação dos seus membros (representantes eleitos, trabalhadores) de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento da cooperativa?

Não, no momento não existem projetos específicos, mas os cooperados que se interessarem em participar da produção é passado todo o conhecimento na prática.

11. Como surgiu a adesão dos sócios?

Existe uma quota chamada “quota parte”, a pessoa que quer se tornar um membro paga o valor de 1.000 reais (R\$ 10,00/mês), quando o associado sai da cooperativa o dinheiro é devolvido). Hoje, são 40 associados, que trabalham são 10.

Existe um presidente; um diretor financeiro; um diretor pessoal; um diretor operacional.

12. Existem convênios da cooperativa com outras cooperativas ou outras instituições? Quais são esses convênios?

Sim, em Valadares, com uma cooperativa de reciclagem, trocamos a matéria prima. E com a prefeitura de Inhapim, eles fornecem matéria prima (garrafas e sacolas, e trocamos por sacos de lixos).

13. Quem compra o material produzido na cooperativa?

O material é vendido para distribuidoras, atacadistas e prefeituras.

14. Existe algum projeto em vista que contempla a ampliação da cooperativa?

No momento falta recursos, mas temos umas ideias a longo prazo, como um investimento de uma extrusora (200.000,00 reais) e também uma extrusora de pet (150.000,00) reais para a fabricação do cabo de vassoura com garrafas pet.