



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

Departamento de Administração

LUIZ CARLOS ALVES

**COOPERATIVISMO DE CONSUMO NO BRASIL: opção para
as classes trabalhadoras organizadas no DF.**

Brasília – DF

Novembro / 2009

Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

LUIZ CARLOS ALVES

**COOPERATIVISMO DE CONSUMO NO BRASIL: opção para
as classes trabalhadoras organizadas no DF.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração
como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Mestre, Walter Eustáquio Ribeiro.

Brasília – DF
Novembro / 2009

Alves, Luiz Carlos.

Cooperativismo de consumo no Brasil: opção para as classes trabalhadoras organizadas no DF – Brasília, 2009.

81 f.: il

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2008.

Orientador: Prof. Msc. Walter Eustáquio Ribeiro, Departamento de Administração.

1. Cooperativismo. 2. Cooperativas de consumo. 3. Legislação cooperativista. 4. Ato cooperativo.

Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

**COOPERATIVISMO DE CONSUMO NO BRASIL: opção para
as classes trabalhadoras organizadas no DF.**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
aluno

Luiz Carlos Alves

Mestre, Walter Eustáquio Ribeiro
Professor-Orientador

Mestre, Antonio Nascimento Júnior
Professor-Examinador

Mestre, Evaldo Cesar C. Rodrigues
Professor-Examinador

Brasília, 16 de novembro de 2009

A Deus,

que me concedeu o privilégio de nascer de Manoel Cirilo Alves (In memoriam) e Aparecida Silvério Alves, que me ensinaram amar ao próximo e o valor das orações, sem as quais eu não teria chegado até aqui.

A todos os meus professores, que me conduziram no caminho do saber, representados pelo Mestre Walter Eustaquio Ribeiro.

Aos dirigentes da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, representados pelo seu Diretor-Presidente, Sr. Orlando Lopes, pela colaboração na elaboração deste trabalho.

Aos funcionários da OCB/Sescoop/DF, representados pela Sra. Patrícia Cauceglia, pelo fornecimento dos materiais utilizados nesta monografia.

Ao amigo Janir Antonio de Oliveira Delfes, pelo incentivo e apoio.

E finalmente, à minha esposa e filhos, pelo apoio incondicional e paciência nas ausências, tão necessários para a concretização desta jornada.

RESUMO

O presente trabalho tem a finalidade de demonstrar as possibilidades de um empreendimento econômico e social, o cooperativismo de consumo, e como este empreendimento pode ser uma opção para as classes de trabalhadores organizadas no distrito federal. Para a sua concretização, foram efetuadas pesquisa exploratórias nas bibliotecas da Presidência da República, da Universidade de Brasília e na Biblioteca do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Distrito Federal (Sescoop/DF), complementadas com estudo de caso na Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, SP, onde foram realizadas entrevistas com os gestores e com os clientes da respectiva cooperativa. A pesquisa exploratória proporcionou um conhecimento sobre o cooperativismo como atividade econômica, permitiu um aprofundamento na história do cooperativismo e seu desenvolvimento no Brasil, possibilitou um diferenciamento das sociedades cooperativas em relação as sociedades comerciais, o conhecimento sobre a estruturação do cooperativismo brasileiro e os princípios cooperativistas, além de conhecimentos sobre as tipologias do cooperativismo. A legislação brasileira sobre o direito cooperativo teve lugar de destaque nos estudos, por ter influência decisiva nos destinos do cooperativismo de consumo. Especificamente os estudos realizados sobre o cooperativismo de consumo e o ato cooperativo nas cooperativas de consumo revelaram as possibilidades e dificuldades enfrentados por esse ramo do cooperativismo, tão importante para o desenvolvimento das comunidades e da sociedade onde é inserido. Como resultado dos trabalhos realizados, foi possível vislumbrar o potencial da cidade de Brasília para sediar um empreendimento desta natureza, o que certamente trará para as classes trabalhadoras que resolverem apostar no empreendimento, um motivo de orgulho e de novos horizontes, propiciados pela criação de empregos e renda, tão buscados por todas as sociedades nos dias atuais.

1. cooperativismo

2. cooperativismo de consumo

3. ato cooperativo

LISTA DAS ABREVIATURAS E SIGLAS

ABCOOP – Associação Brasileira de Cooperativas
Abras – Associação Brasileira de Supermercados
ACI – Aliança Cooperativa Internacional
Cofins – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
Coopbanc – Cooperativa de Consumo do Bancários de Araçatuba, SP
CSSL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos
OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras
OCDF – Organização das Cooperativas do Distrito Federal
OCE - Organização das Cooperativas Estaduais
PIS – Programa de Integração Social
SELIC – Sistema Especial de Liquidação e de Custódia
Sescoop – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
Unasco – União Nacional de Cooperativas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	Contextualização do assunto.....	10
1.2	Formulação do problema.....	11
1.3	Objetivo Geral.....	12
1.4	Objetivos Específicos.....	12
1.5	Justificativa.....	12
1.6	Métodos e técnicas de pesquisa.....	13
1.7	Estrutura e organização da Monografia.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	O que é Cooperativismo.....	16
2.2	História.....	17
2.2.1	O pioneirismo de Rochdale.....	19
2.2.2	O cooperativismo no Brasil.....	20
2.3	O que são cooperativas.....	21
2.3.1	A estruturação do cooperativismo brasileiro.....	22
2.3.2	Os princípios cooperativistas.....	23
2.4	Tipologia do cooperativismo.....	24
2.5	A legislação cooperativista.....	28
2.5.1	A Constituição Federal de 1988.....	29
2.5.2	A Lei 5.764/71 e o Novo Código Civil.....	30
2.6	O Cooperativismo de Consumo.....	31
2.6.1	O Ato Cooperativo na cooperativa de consumo.....	34
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	36
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	36
3.2	Caracterização da organização, setor ou área.....	38
3.3	População e amostra.....	38
3.4	Caracterização dos instrumentos de pesquisa.....	38
3.5	Procedimento de coleta e análise de dados.....	39
4.	RESULTADO E DISCUSSÃO.....	41
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	45

REFERÊNCIAS.....	48
APENDICE A - Questionário para os dirigentes das cooperativas de consumo.....	52
APENDICE B - Questionário para os clientes da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba - SP.....	55
APENDICE C - Cotação dos preços dos itens da Cesta Básica do DIEESE na cidade de Araçatuba - SP.....	57
APENDICE D - Cotação dos preços dos itens da Cesta Básica da Classe Média na cidade de Araçatuba - SP.....	58
ANEXO A - Estatuto da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba.....	60
ANEXO B - Ata da Assembléia Geral da Coopbanc, realizada em 01 mar. 08. Trata da eleição dos membros do Conselho de Administração.....	71
ANEXO C - Ata da Reunião Extraordinária do Conselho de Administração da Coopbanc, realizada em 01 abr. 08. Trata da definição de função dos cargos de cada diretor efetivo e membros suplentes.....	76
ANEXO D - Ata da Assembléia Geral Ordinária da Coopbanc, realizada em 24 mar. 09. Trata da aprovação do Relatório do Conselho de Administração, Balanço Patrimonial e Parecer do Conselho Fiscal, destinação das sobras do exercício de 2008 e eleição de membros do Conselho Fiscal efetivos e suplentes.....	78

1 INTRODUÇÃO

O cooperativismo de consumo, tema do presente trabalho, sempre esteve ligado às origens do cooperativismo, no entanto tem sofrido um crescente declínio nas últimas décadas, embora tenha uma grande importância como sociedade econômica e social, por auxiliar na distribuição da produção, permitindo que produtos sejam adquiridos com qualidade e preço justo.

A cidade de Brasília, por apresentar ambiente propício para o desenvolvimento do cooperativismo de consumo, tendo em vista que aqui os trabalhadores são bem representados por sindicatos fortes, as classes tem locais para reuniões definidos, como clubes e agremiações; tem ainda as instituições mais importantes da representação cooperativista nacional, como a Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Distrito Federal (Sescoop-DF), e a Organização das Cooperativas do Distrito Federal (OCBF), não possui cooperativas de consumo, ficando o consumo quase que restrito aos grandes hipermercados aqui estabelecidos, o que levou ao desenvolvimento da presente pesquisa.

A pesquisa foi desenvolvida partir de levantamentos bibliográficos, que levaram a um aprofundamento do conhecimento sobre o tema, e posteriormente foi feito pesquisa de campo, com questionários dirigidos aos dirigentes de cooperativas da Região Sudeste, por ser a Região que possui as cooperativas de consumo mais representativas, visita e entrevista com os gestores da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba (Coopbanc) e questionários aplicados aos clientes cooperados e não cooperados que realizavam suas compras nesta mesma cooperativa.

O resultado do trabalho de pesquisa é apresentado nos itens resultado e discussão e finalmente são apresentadas as conclusões e recomendações.

1.1 Contextualização do Assunto

O cooperativismo tem sido ao longo dos três últimos séculos uma forma de associação destinada a ampliar a capacidade dos trabalhadores tanto para oferecer sua força de trabalho de uma forma mais vantajosa, quanto como forma de adquirir bens duráveis e de consumo com preço mais justo.

Especificamente, o cooperativismo de consumo sofreu grande declínio no Brasil nas últimas décadas, como resultado de políticas governamentais que relegaram o cooperativismo de consumo em segundo plano,

É uma pena que um segmento tão importante da economia não receba o apoio mais concreto por parte do poder público. Principalmente em se tratando de cooperativas de consumo, que são objeto deste trabalho. Outras espécies de cooperativas: produção e crédito, talvez recebam mais atenção governamental. As de consumo não. Entretanto, elas são imprescindíveis, porque distribuem o que foi produzido. (Organização das Cooperativas de Consumo, 1978, p. 169)

No entanto essa atitude caminhou em sentido oposto do resto das economias mundiais, principalmente da Europa e Ásia. Suárez, em estudo de 1994, mostra como essa tendência é clara em alguns países da Europa

En Dinamarca el 33% y en Noruega el 25% de comercio al detal es manejado por cooperativas de consumidores. En Bélgica el 20% de la población es atendida por farmacias cooperativas y en Suecia, las cooperativas abastacen el 18% de la gasolina en el mercado, el 17% de la vivienda e el 45% de los seguros de vivienda” (SUÁREZ et al, 1994, p.91)

Segue sua demonstração,

En los países de la Commonwealth, las cooperativas han ocupado los primeros lugares entre las empresas que actúan sobre las relaciones del mercado, liderando, en consecuencia, el camino de la revitalización de las economías locales, regionales y, últimamente, nacionales. Los beneficios socioeconómicos han llevado a un mayor número de ciudadanos, desacostumbrados a un rol activo en cualquier tipo de asociación, a incrementar la membrecía a estas organizaciones. (op cit, p. 99)

Apesar do número de cooperativas de consumo ter sido reduzido drasticamente, o número de cooperados duplicou, e as cooperativas que resistiram ao processo de declínio, hoje se fortaleceram, modernizaram suas técnicas de gestão e atuam no mercado de igual para igual com as grandes redes varejistas nacionais, como a Coop SP, criada em 1954 como Cooperativa dos Empregados

das Companhias Rhodia, Rhodiaceta e Valisère, hoje a maior cooperativa de consumo da América Latina, com 23 unidades em 11 cidades do Estado de São Paulo e classificada como 11º maior supermercado do país, em pesquisa publicada pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras).

A importância das cooperativas de consumo para os cooperados e para a comunidade, como reguladora de mercado, é explicada:

Em uma pesquisa de preços, realizada em abril de 2003, quanto aos itens de uma cesta básica, verificou-se que o preço da cesta básica oferecido por uma cooperativa foi de 8 a 16% mais barato que os mesmos itens oferecidos por um supermercado onde não há a concorrência da cooperativa. Na mesma cidade onde está a cooperativa, esta margem cai, ou seja, o mesmo supermercado ofereceu preços entre 3,6% a 9,3% mais caros que a cooperativa. Ou seja, percebe-se que a inserção de uma cooperativa de consumo em uma cidade ou em uma região contribui para que os concorrentes da atividade se preocupem em manter preços mais baixos, para que sejam quase próximos aos preços oferecidos pela cooperativa (JUVÊNCIO, 2004, p. 209)

Atuando sem auxílio governamental, sem poder contar com linhas de crédito especiais, as cooperativas de consumo têm funcionado como balizadoras de preços nas regiões onde atuam, conforme reportagem de Vanúsia Duarte na revista Gestão Cooperativa, forçando a concorrência das redes de supermercados varejistas oferecerem preços mais justos aos seus consumidores, beneficiando assim não só a sociedade cooperativa, mas também a população consumidora de um modo geral.

1.2 Formulação do problema

O consumo no Distrito Federal, restrito a algumas lojas de grandes hipermercados, canaliza o consumo e não oferece muitas opções às comunidades, principalmente àquelas residentes no plano piloto. Dessa maneira, o cooperativismo de consumo pode ser uma opção para as classes de trabalhadores organizados e residentes no Distrito Federal?

1.3 Objetivo Geral

Analisar o cooperativismo como sociedade econômica, seus princípios, suas formas de associações, especificamente o cooperativismo de consumo, como opção que atenda as necessidades de uma ou mais classes de trabalhadores organizados no Distrito Federal.

1.4 Objetivos Específicos

- descrever a história do cooperativismo no mundo e no Brasil;
- descrever os princípios do cooperativismo;
- descrever estrutura do cooperativismo no Brasil e suas formas;
- identificar a estrutura do cooperativismo no Brasil;
- analisar a legislação atual pertinente ao cooperativismo e suas implicações no desenvolvimento do cooperativismo de consumo;
- analisar o desenvolvimento do cooperativismo de consumo no Brasil.

1.5 Justificativa

A pesquisa teve a finalidade de verificar se o cooperativismo de consumo pode ser uma opção no Distrito Federal, principalmente dos moradores do Plano Piloto, tendo em vista o mesmo ser uma forma de associação para atendimento das necessidades de bens de consumo, dirigida e orientada pelos consumidores como donos e clientes do negócio. Atualmente restrito e realizado em um dos Grandes Hipermercados estabelecidos nas Asas Norte e Sul, sem muitas opções, o

consumidor fica subordinado ao sistema de concorrência estabelecido por estes grandes comerciantes, que muitas vezes apresentam uma concorrência de fachada, onde alguns produtos são oferecidos como iscas para atrair o consumidor, que uma vez dentro da loja, é bombardeado por ofertas e um sistema de marketing que muitas vezes o leva a comprar produtos que não estavam previstos em suas listas de compras e até mesmo desnecessários.

1.6 Métodos e Técnicas de Pesquisa

O projeto foi iniciado com uma pesquisa exploratória, a fim de ser levantados dados que apresentassem razões e motivações para avançar no projeto de apresentar perante a banca e à UnB um ramo diferente de negócio, que não seja totalmente voltada ao lucro e que apresente um caráter social, como o cooperativismo, especificamente a cooperativa de consumo, definido como

uma empresa de carácter económico e uma associação de fins morais e sociais; empresa de carácter económico porque procura para os sócios benefícios que se ligam à satisfação de suas necessidades de alimentação, agasalho, etc.; e associação de fins morais e sociais, porque, em regra, a cooperativa de consumo também exerce uma acção na vida do espírito dos sócios, quer no campo da cultura e da sua formação, quer no do bom emprego do tempo disponível: recreio, viagens, etc. (AGUDO, 1966, p. 7)

A pesquisa bibliográfica foi feita nas bibliotecas da Presidência da República, da Universidade de Brasília e do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Distrito Federal (Sescoop-DF), onde foram levantado dados que indicaram o caminho a ser seguido na pesquisa e aumentaram a motivação para o tema.

A pesquisa descritiva foi realizada nas cooperativas de consumo dos Estados da Região Sudeste do Brasil, através de questionário endereçado aos gestores das respectivas cooperativas, em um total de 70 das 138 cooperativas de consumo registradas na Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), distribuídas conforme se segue: 26 no Estado de São Paulo, 01 no Estado do Espírito Santo, 22 no Estado de Minas Gerais e 21 no Estado do Rio de Janeiro, conforme Anuário do Cooperativismo Brasileiro – 2008. Tal questionário procurou

levantar dados qualitativos e quantitativos das cooperativas, a fim de responder a questão proposta no objetivo da pesquisa.

1.7 Estrutura e Organização da Monografia

O monografia compõe-se de uma introdução, onde é apresentada a contextualização do cooperativismo em geral, para entendimento do problema apresentado, dos objetivos da pesquisa e a sua justificativa.

O referencial teórico está organizado de maneira a permitir uma percepção gradual do cooperativismo desde o conceito até o entendimento do cooperativismo de consumo, passando pela história do cooperativismo no mundo e no Brasil, o conceito do que são cooperativas e as diferenças de uma sociedade cooperativa e uma sociedade comercial, listagem dos princípios cooperativistas e a tipologia do cooperativismo, a legislação que regula o cooperativismo no Brasil e finalmente o cooperativismo de consumo, onde são apresentadas razões que justifiquem a escolha do tema e a importância de um estudo dirigido para o entendimento desta forma de sociedade.

A seção 3 destina-se a apresentar o tipo de pesquisa utilizada, a caracterização do ramo cooperativismo de consumo e da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, empresa na qual foi feito o estudo de caso. Informa ainda os instrumentos utilizados na pesquisa, como esta se desenrolou, as dificuldades encontradas e o que foi feito para superá-las.

A seção 4 foi destinada à apresentação do resultado da pesquisa comparado com a fundamentação teórica, com a finalidade de verificar a real situação de uma cooperativa de consumo e a possibilidade de aplicação desses conhecimentos na criação de uma cooperativa de consumo no Distrito Federal.

Finalmente, baseado nos estudos realizados, são feitas as conclusões e recomendações do autor, baseada nos conhecimentos adquiridos e no resultado da pesquisa realizada.

A monografia consta ainda quatro apêndices a saber: questionário aplicado aos gestores das cooperativas, questionário aplicado aos clientes da Coopbanc,

cotação de preços da cesta básica nacional do DIEESE e da cesta básica da classe média, da Faculdade Batista de Vitória, realizado na Coopbanc e seus principais concorrentes e como anexos são apresentados os seguintes documentos referentes à Coopbanc: Estatuto da Coopbanc, Ata da Assembléia Geral Extraordinária que trata da eleição do Conselho Administrativo, Ata da Reunião Extraordinária do Conselho de Administração, que trata da definição de função dos cargos dos diretores e Ata da Assembléia Geral Ordinária que trata da aprovação do Relatório do Conselho de Administração, Balanço Patrimonial referente ao exercício de 2008 e parecer do Conselho Fiscal e destinação das sobras e eleição de membros do Conselho Fiscal.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O pensamento cooperativista não é novidade, seus precursores remontam o século XVII, mas em seu formato atual teve seu início no século XIX, em 1844, mas precisamente em 21 de dezembro, quando no bairro de Rochdale, em Manchester na Inglaterra, 28 tecelões, incluindo-se aí uma mulher, criaram uma associação que, mais tarde, seria chamada de *Cooperativa*. Tal iniciativa tinha a finalidade de livrar os cooperados da exploração a que eram submetidos na venda de alimentos e roupas no comércio local, conforme manifesto transcrito:

A sociedade propõe-se obter vantagens pecuniária e melhorar as condições econômicas dos seus membros por meio da acumulação de um capital, dividido em partes iguais de uma libra esterlina cada uma, e bastante para a realização prática do seguinte plano:

1. Fundar um armazém para a venda de provisões alimentares e vestuário;
2. Construir ou comprar casas higiênicas e cômodas para os sócios;
3. Fabricar produtos para dar trabalho aos sócios desempregados, ou que venham a sofrer redução de salários;
4. Comprar ou arrendar terrenos que serão a princípio cultivados pelos sócios sem trabalho e depois divididos pelos sócios em propriedades individuais;
5. Destinar uma parte dos lucros futuros à criação de estabelecimentos comuns, para a instrução e desenvolvimento moral dos sócios;
6. Logo que seja possível, a sociedade ocupar-se-á em organizar a produção, a distribuição do trabalho, a educação, o governo, ou, por outras palavras, em fundar uma colônia interior, unida por interesses comuns, que a si própria se baste, e em ajudar outras sociedades a fundar colônias semelhantes. Partindo de um armazém próprio, a associação apoiou a construção ou a compra de casas para os tecelões e montou uma linha de produção para os trabalhadores com salários muito baixos ou desempregados. (AGUDO, 1965, p. 24)

Desde então, as cooperativas existem em vários setores e em todo mundo. Os valores e princípios cooperativos foram preservados, com pequenas alterações, como também a própria base da filosofia do cooperativismo.

2.1 O que é Cooperativismo

O cooperativismo, segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), é um movimento, filosofia de vida e modelo socioeconômico capaz de unir desenvolvimento econômico e bem estar social, tendo como referências

fundamentais a participação democrática, solidariedade, independência e autonomia. Sistema fundamentado na reunião de pessoas e não no capital, visa às necessidades do grupo e não o lucro; busca prosperidade conjunta e não individual. Estas diferenças fazem do cooperativismo a alternativa socioeconômica que leva ao sucesso com equilíbrio e justiça entre os participantes.

Associado a valores universais, o cooperativismo se desenvolve independente de território, língua, credo ou nacionalidade.

2.2 História

O cooperativismo como forma de associação econômica tem suas origens nos séculos XVIII e XIX, porém a humanidade tem experimentado a cooperação desde os primórdios da civilização, quando o homem criou as primeiras sociedades, destinadas à facilitar a sobrevivência, permitindo à defesa contra os grandes predadores e também a caça e o abate de grandes animais, que depois eram divididos na tribo.

O cooperativismo no formato atual começou a se delinear na Europa durante Revolução Industrial, como forma de enfrentamento dos problemas sociais, como o desemprego, exploração dos trabalhadores e concorrência dos pequenos produtores aos grandes grupos que se formavam. Nesse sentido Pinho (1982, v.1), Tesch (2000), concordam que o cooperativismo pode ser considerado antes e depois de Rochdale, sendo este o divisor das águas.

Os precursores do pensamento cooperativista, segundo Pinho (1982, v.1), também chamado de pré-cooperativismo, exerceram grande influência sobre o cooperativismo nascente, dentre alguns destes, destacam-se aqueles que mais se relacionaram com o cooperativismo de consumo: Robert Owen (1771-1858), nascido em Newton, País de Gales, Owen

opôs-se à divisão do trabalho entre operários e patrões, afirmando que toda a produção deve ser dos trabalhadores. E isto ocorrerá se os homens produzirem através de associações de tipo cooperativo: além das vantagens da propriedade comum dos meios de produção, as cooperativas suprimem os desequilíbrios entre a produção e o consumo, afastando as crises econômicas. (PINHO, 1982, v. 1, p. 24);

François Marie Charles Fourier (1772-1837), Francês de Besançon, de início entusiasta das idéias de Owen, posteriormente passou a criticá-lo, por considerar que o primeiro ridicularizava a idéia de associação e as tornava suspeita de todos os Governos (op. cit., p. 25). Fourier imaginava unidades alto suficientes denominas Falanstérios,

que permitiriam reformar toda a sociedade. Em seu aspecto exterior, o falanstério é um grande hotel cooperativo, onde vivem 1.500 pessoas em regime comunitário. Na realidade, entretanto, é a peça principal da reforma do meio social: substitui a onerosa e mesquinha unidade doméstica ou familiar por grande serviços coletivos (de alimentação, lavanderia, aquecimento, iluminação, etc), cria um ambiente de convívio espontâneo entre ricos e pobres, substitui a competição pela cooperação, institui um microcosmo auto-suficiente, etc.

Constituído à semelhança de uma sociedade anônima, o falanstério pertence a uma associação e só recebe os membros dessa associação. Não elimina a propriedade privada, apenas a transforma em acionária. Proprietários capitalistas, operários, são acionistas do falanstério e reúnem-se livremente, em ambiente agrário, para dar livre expansão às suas paixões. (op. cit., p. 26);

Philippe Joseph Benjamim Buchez (1796-1865), preconizou:

uma associação com determinado número de operários da mesma profissão, que seria regida por um contrato, contendo as seguintes disposições principais: 1. os associados teriam também a qualidade de empresários, cabendo-lhes escolher um ou vários representantes; 2. cada associado seria pago segundo os usos adotados na profissão, isto é, por dia, semana, tarefa, etc.; 3. uma soma equivalente ao ganho dos empresários intermediários, seria reservada, formando o lucro líquido a ser repartido, no fim de cada ano, em duas partes: 20% para formar (e aumentar o capital social; e o restante para assistência ou distribuição entre os associados, “pro-rata” de seu trabalho; e 4. o capital social, aumentando anualmente com a percentagem de 20%, seria inalienável e pertenceria à associação. Esta teria caráter indissolúvel, não porque os associados não pudessem separar-se dela, mas porque se perpetuaria através da admissão de novos membros. Assim, o capital social pertenceria às pessoas e não estaria sujeito às leis de sucessão hereditária. (op. cit., p. 28);

Louis Blanc (1812-1882) exigia ampla intervenção do Estado para que a associação operária pudesse modificar o meio sócio-econômico e sustentou que dos males da livre concorrência vinha a “necessidade de criação de associações onde cada um seria co-proprietário dos instrumentos de produção: o atelier social ou a oficina social, composta de trabalhadores do mesmo ramo de produção e de moralidade indiscutível.” (op. cit., p. 29).

Charles Gide (1847-1932) Professor de Economia Social da Universidade de Paris, segundo GORDOA (1963, p. 36) “fue un entusiasta defensor del régimen

cooperativo, hasta al punto que el cooperativismo alcanza con Gide un de los grandes momentos de su historia”.

Las tres fórmulas de Gide se resumen em los siguientes pensamientos: 1º soberania del consumidor, 2º evolución pacífica mediante la competencia victoriosa de las cooperativas, 3º Transformación de los sistemas económicos en un régimen económico social donde impere el precio justo.

[...]

El critério de Gide consistia en que la producción debia estar al servicio del consumo, debido a que el la época em que vivió, la economia orientaba hacia el lucro de la producción sin centrarse en las necesidades sociales.” (op.cit., p. 36)

Nota-se que as idéias básicas do cooperativismo pré-rochdaleano vieram dos países que representavam o centro cultural da Europa, desenvolvido principalmente entre trabalhadores franceses e ingleses, à semelhança do que ocorreu na evolução do pensamento econômico (PINHO, 1982, v. 1)

2.2.1 O pioneirismo de Rochdale

Considerado como a matriz do cooperativismo, Rochdale, em Manchester, Inglaterra, foi o berço do cooperativismo moderno. Da iniciativa de 28 tecelões, que buscavam formas de melhorar suas situações sócio-econômicas, surgiu em 21 de dezembro de 1844, o armazém cooperativo, que iniciou suas atividades com o capital de 28 libras, fruto da economia de um ano de seus associados. Segundo Pinho (op. cit., p. 32), apesar dos poucos recursos, os planos dos pioneiros eram grandiosos e “Os Estatutos da Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale continham os princípios a respeito da estrutura e do funcionamento da cooperativa de consumo, que depois passaram a constituir os fundamentos da doutrina cooperativista.”

Posteriormente a Rochdale, o cooperativismo passou a ser sistematizado, porém seus princípios foram muito pouco ou quase nada alterados, tendo sua institucionalização organizativa em 1895, com a fundação da Aliança Cooperativa Internacional, em Londres.

2.2.2 O cooperativismo no Brasil

No Brasil, a cultura da cooperação é observada desde a época da colonização portuguesa. Esse processo emergiu no Movimento Cooperativista Brasileiro surgido no final do século XIX, estimulado por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender às suas necessidades,

foi no setor de consumo dos centros urbanos que surgiram as primeiras cooperativas brasileiras, no fim do século XIX: a Associação Cooperativa dos Empregados da Companhia Telefônica, em Limeira, no Estado de São Paulo (1891); a Cooperativa Militar de Consumo no Rio de Janeiro, então Distrito Federal (1894), a Cooperativa de Consumo de Camaragibe, em Pernambuco (1895) e a Cooperativa dos Empregados da Cia Paulista, em Campinas, no Estado de São Paulo (1897) (PINHO, 1982, v. 1, p. 120).

No entanto, para PINHO (2004, p.13), “as informações atualmente disponíveis indicam que a história do cooperativismo formal no Brasil começa, de fato, com a fundação da Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, em 27 de outubro de 1889, a mais antiga cooperativa de que se tem notícia no Brasil.” Um entendimento mais profundo da história do cooperativismo no Brasil pode ser feito aproveitando-se o resumo das linhas divisórias apresentadas por Pinho (2004), que se inicia em 1530, com as primeiras experiências de pré-cooperativismo no Brasil, ligadas a anseios de liberdade, tanto no campo político como no campo econômico. No período de 1878 a 1931, com a Constituição de 1892, que assegurava o direito da liberdade de associação, proibido pela Constituição de 1824, surgiu a primeira abertura para o cooperativismo. O cooperativismo passou ainda por uma fase de consolidação, entre a década de 30 e 60. Disputas internas, forte controle estatal e eliminação da maior parte dos incentivos fiscais ao cooperativismo marcaram os anos 65-70 e em 1971, com a Lei nº 5.764/71, foi implantado o Sistema OCB, com reforma estrutural do cooperativismo e representação única. A Constituição de 1988 trouxe algumas reformas na Lei 5.764/71, ao proibir a interferência estatal em associações, no entanto esta continuou em vigor e o cooperativismo passou a ser autogerido, houve um crescimento de cooperativas de crédito e de trabalho, aconteceram ainda internacionalização do Cooperativismo Brasileiro, criação de bancos cooperativos, e destacamos a criação do SESCOOP, a expansão do microcrédito cooperativo e a

criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

2.3 O que são Cooperativas

Criadas para operacionalizar o cooperativismo, as cooperativas, conforme definição do artigo 4º da Lei n 5.764/71 e seus incisos, são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, cuja distinção das demais sociedades comerciais pode ser visualizada no quadro a seguir:

SOCIEDADES COOPERATIVAS	SOCIEDADES COMERCIAIS
<ol style="list-style-type: none"> 1. É uma sociedade de pessoas 2. Objetivo principal: prestação de serviços 3. Número ilimitado de associados 4. Controle democrático: um homem, um voto 5. Assembléia: “quorum” é baseado no número de associados 6. Não é permitida a transferência de quotas-partes a terceiros estranhos à sociedade 7. Retorno proporcional ao valor das operações 	<ol style="list-style-type: none"> 1. É uma sociedade de capital 2. Objetivo principal: lucro 3. Número limitado de acionistas 4. Cada ação um voto 5. Assembléia: “quorum” é baseado no capital 6. Transferência de ações a terceiros 7. Dividendos proporcionais ao valor das ações

Quadro 1. PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE SOCIEDADES COOPERATIVAS E SOCIEDADE COMERCIAL

Fonte: (RENATO PIMENTEL, apud ORGANIZAÇÃO..., 1978, p. 11)

As cooperativas, dentro de seus diversos ramos, são:

- singulares, as constituídas pelo número mínimo de 20 (vinte) pessoas físicas, sendo que a lei permite, excepcionalmente, a admissão de pessoas jurídicas que tenham por objetivo as mesmas ou correlatas atividades econômicas das pessoas físicas ou, ainda, aquelas sem fins lucrativos;

- cooperativas centrais ou federações de cooperativas, as constituída de, no mínimo, 3 (três) singulares, podendo, excepcionalmente, admitir associados individuais, exceção esta que não pode ser estendida às centrais e federações que exerçam atividade de crédito ;

- confederações de cooperativas as constituídas, pelo menos, de 3 (três) federações de cooperativas ou cooperativas centrais, da mesma ou de diferentes modalidades.

2.3.1 A estruturação do cooperativismo brasileiro

A Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), criada em 1969 durante o IV Congresso Brasileiro de Cooperativismo, é o órgão máximo de representação das cooperativas no Brasil, resultado da unificação da Associação Brasileira de Cooperativas (ABCOOP) e a União Nacional de Cooperativas (Unasco). Em 1971, teve suas atribuições regulamentadas pela Lei nº 5.764/71, que em seu artigo 105, estabelece que cabe à OCB a representação do sistema cooperativo nacional, competindo-lhe: manter neutralidade política e indiscriminação racial, religiosa e social; integrar todos os ramos das atividades cooperativistas; manter registro de todas as sociedades cooperativas que, para todos os efeitos, integram a Organização das Cooperativas Brasileiras - OCB; dispor de setores consultivos especializados, de acordo com os ramos de cooperativismo; fixar a política da organização com base nas proposições emanadas de seus órgãos técnicos; exercer outras atividades inerentes à sua condição de órgão de representação e defesa do sistema cooperativista; manter relações de integração com as entidades congêneres do exterior e suas cooperativas. A OCB está presente em diversos conselhos e fóruns, públicos e privados, que representam e defendem os interesses das cooperativas, destacando-se a Aliança Cooperativa Internacional (ACI), a Aliança Cooperativa Internacional para as Américas (ACI-Américas), o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, o Conselho Nacional de Agricultura e Pesca, o Conselho Nacional de Política Agrícola, o Conselho do Agronegócio, o Conselho das Cidades, além de vários outros Fóruns e Programas que visam aprimorar e fortalecer o cooperativismo nacional.

Para cumprir suas atribuições legais e compor a OCB, foram criadas organizações estaduais (OCEs) para ser o elo entre a entidade nacional e a realidade de cada município onde o cooperativismo está presente. É a partir das OCEs que o sistema cooperativo pode ter a exata dimensão das necessidades do movimento cooperativista no tempo, no momento e no ritmo certos. As OCEs passaram a ser os agentes políticos e representativos que zelam e divulgam a doutrina cooperativista, defendendo os interesses do movimento em seus estados como membro do sistema, tem sob sua responsabilidade registrar, orientar e integrar

cooperativas, promovendo treinamento, capacitação e tornando possível a profissionalização e autogestão cooperativas.

Criado pela Medida Provisória nr 1.715, de 03 de setembro de 1998, O Sistema Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop), integrante do Sistema Cooperativista Nacional, atua em três áreas prioritárias como ensino e formação profissional, organização e promoção social e monitoramento/desenvolvimento das cooperativas.

2.3.2 Os princípios cooperativistas

As normas ou regras cooperativistas, “impropriamente denominadas ‘princípios’ tiveram sua primeira redação em 1844” (PINHO, 1982, v. 1, p. 39), porém foram sendo aprimoradas e modificadas ao longo do tempo, para ajustar-se “às mudanças e à diversidade cultural do mundo” (TESCH, 2000, p. 191). Os atuais princípios do cooperativismo foram definidos em 1995, por ocasião do congresso que comemorou o centenário da existência da Aliança Cooperativa Internacional, e devem ser a base das estratégias de desenvolvimento do sistema de cooperativas existente em todo o mundo e podem ser assim resumidos:

- **Adesão livre e voluntária** – as cooperativas são organizações abertas à participação de todos, independentemente de sexo, raça, classe social, opção política ou religiosa. Para participar, a pessoa deve conhecer e decidir se tem condições de cumprir os acordos estabelecidos pela maioria.
- **Controle democrático pelos cooperados** – os cooperantes, reunidos em assembléia, discutem e votam os objetivos e metas do trabalho conjunto, bem como elegem os representantes que irão administrar a sociedade. Cada associado representa um voto, não importando se alguns detenham mais cotas do que outro.
- **Participação econômica dos cooperados** – todos contribuem igualmente para a formação do capital da cooperativa, o qual é controlado democraticamente. Se a cooperativa é bem administrada e obtém uma receita maior do que as despesas, esses rendimentos

serão divididos entre os sócios até o limite do valor da contribuição de cada um. O restante poderá ser destinado para investimentos na própria cooperativa ou para outras aplicações, sempre de acordo com a decisão tomada na assembléia.

- **Autonomia e independência** – as cooperativas são organizações autônomas para ajuda mútua, controlada pelos cooperados, e qualquer acordo operacional com outras entidades, sejam elas empresas privadas ou entidades governamentais, devem garantir e manter essa condição.
- **Educação, treinamento e informação** – as cooperativas proporcionam educação e treinamento para os seus sócios, dirigentes eleitos, administradores e funcionários, de modo a contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Ao mesmo tempo, buscam informar o público sobre as vantagens da cooperação organizada, estimulando o ensino de cooperativismo nas escolas de 1º e 2º graus.
- **Intercooperação** – para o fortalecimento do cooperativismo é importante que haja intercâmbio de informações, produtos e serviços, viabilizando o setor como atividade sócio-econômica. Por outro lado, organizadas em entidades representativas, formadas para contribuir no seu desenvolvimento, determinam avanços e conquistas para o movimento cooperativista nos níveis local e internacional.
- **Preocupação com a comunidade** - As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentável de suas comunidades, através da execução de programas sócio-culturais, realizados em parceria com o governo e outras entidades civis.

2.4 Tipologia do Cooperativismo

Segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras, no Brasil existem cooperativas em 13 setores da economia, cujas denominações foram aprovadas em 4 de maio de 1993 pelo Conselho Diretor da OCB e estabelecidas para que a OCB

possa melhor cumprir sua função de entidade representativa e para facilitar a organização vertical das cooperativas em confederações, federações e centrais.

A gestão das cooperativas de cada ramo diferencia-se em função de diversos fatores como: área de atuação, educação cooperativista, estrutura administrativa e organizacional, conhecimento, experiência, habilidades e atitudes de seus administradores.

Cada ramo tem um representante estadual, integrante do Conselho de Administração da Organização Estadual de Cooperativas (OCE) e um representante nacional, integrante do Conselho de Administração da OCB. São os seguintes os ramos do cooperativismo:

- **Agropecuário** - cooperativas de produtores rurais ou agropastoris e de pesca, cujos meios de produção pertencem ao cooperado. Caracterizam-se pelos serviços prestados aos associados, como recebimento ou comercialização da produção conjunta, armazenamento e industrialização, além da assistência técnica, educacional e social.
- **Consumo** - cooperativas dedicadas à compra em comum de artigos de consumo para seus cooperados. Se subdividem em fechadas e abertas. Fechadas são as que admitem como cooperados somente as pessoas ligadas a uma mesma cooperativa, sindicato ou profissão, que, por sua vez, geralmente oferece as dependências, instalações e recursos humanos necessários ao funcionamento da cooperativa. Isso pode resultar em menor autonomia da cooperativa, pois, muitas vezes, essas entidades interferem na sua administração. Abertas, ou populares, são as que admitem qualquer pessoa que queira a elas se associar.
- **Crédito** - cooperativas destinadas a promover a poupança e financiar necessidades ou empreendimentos dos seus cooperados. Atua no crédito rural e urbano.
- **Educacional** - cooperativas de profissionais em educação, de alunos, de pais de alunos, de empreendedores educacionais e de atividades afins. O papel da cooperativa de ensino é ser a mantenedora da escola. A escola deve funcionar de acordo com a legislação em vigor, ser administrada por especialistas contratados e orientada por um

conselho pedagógico, constituído por pais e professores. Do intercâmbio entre essas partes surge o produto final: preparação dos alunos para enfrentarem, em melhores condições, os desafios do mundo e intervirem como agentes da história. No caso específico das Cooperativas de Ensino é importante interpretar o empreendimento muito mais do ponto de vista social e ideológico que econômico. O bem comum deste segmento é a formação educacional da criança e do adolescente e esta não pressupõe lucros ou sobras; o seu êxito é mensurado de forma totalmente diversa das demais atividades econômicas ligadas ao cooperativismo. Este ramo é composto por cooperativas de professores, que se organizam como profissionais autônomos para prestarem serviços educacionais, por cooperativas de alunos de escola agrícola que, além de contribuírem para o sustento da própria escola, às vezes produzem excedentes para o mercado, mas tem como objetivo principal a formação cooperativista dos seus membros, por cooperativas de pais de alunos, que têm por objetivo propiciar melhor educação aos filhos, administrando uma escola e contratando professores, e por cooperativas de atividades afins.

- **Especial** - cooperativas constituídas por pessoas que precisam ser tuteladas ou que se encontram em situações previstas nos termos da Lei nº 9.867, de 10 de novembro de 1999, como deficiência física, sensorial e psíquica, ex-condenados ou condenados a penas alternativas, dependentes químicos e adolescentes a partir de 16 anos em situação familiar difícil econômica, social ou afetiva. As cooperativas atuam visando à inserção no mercado de trabalho desses indivíduos, geração de renda e a conquista da sua cidadania. Essas cooperativas organizam o seu trabalho, especialmente no que diz respeito às dificuldades gerais e individuais das pessoas em desvantagem, e desenvolvem e executam programas especiais de treinamento, com o objetivo de aumentar-lhes a produtividade e a independência econômica e social. A condição de pessoa em desvantagem deve ser atestada por documentação proveniente de órgão da administração pública, ressalvando-se o direito à

privacidade. O estatuto da Cooperativa Social poderá prever uma ou mais categorias de sócios voluntários, que lhe prestem serviços gratuitamente, e não estejam incluídos na definição de pessoas em desvantagem. Quanto aos deficientes, o objetivo principal é o desenvolvimento da sua cidadania, inserindo-os no mercado de trabalho, à medida do possível, nas mesmas condições de qualquer outro cidadão. Nesse ramo também estão as cooperativas constituídas por pessoas de menor idade ou por pessoas incapazes de assumir plenamente suas responsabilidades como cidadão. A Lei nº 9.867, de 10.11.99, dispõe sobre a criação e o funcionamento de Cooperativas Sociais, visando à integração social dos cidadãos.

- **Habitacional** - cooperativas destinadas à construção, manutenção e administração de conjuntos habitacionais para o seu quadro social.
- **Infraestrutura** - cooperativas que atendem direta e prioritariamente o seu quadro social com serviços essenciais, como energia e telefonia. Este segmento é constituído por cooperativas que têm por objetivo prestar coletivamente um determinado serviço ao quadro social. No Brasil são mais conhecidas as cooperativas de eletrificação e de telefonia rural. As cooperativas de eletrificação rural têm por objetivo fornecer, para a comunidade, serviços de energia elétrica, seja repassando essa energia de concessionárias, seja gerando sua própria energia. Algumas também abrem seções de consumo para o fornecimento de eletrodomésticos, bem como de outras utilidades.
- **Mineral** - cooperativas com a finalidade de pesquisar, extrair, lavar, industrializar, comercializar, importar e exportar produtos minerais. É um ramo com potencial enorme, principalmente com o respaldo da atual Constituição Brasileira, mas que necessita de especial apoio para se organizar. Os garimpeiros geralmente são pessoas que vêm de diversas regiões, atraídas pela perspectiva de enriquecimento rápido, aglomerando-se num local para extrair minérios, sem experiência cooperativista. As cooperativas de garimpeiros muitas vezes cuidam de diversos aspectos, como saúde, alimentação, educação. dos seus membros, além das atividades específicas do ramo.

- **Produção** - cooperativas dedicadas à produção de um ou mais tipos de bens e produtos, quando detenham os meios de produção. Para os empregados, cuja cooperativa entra em falência, a cooperativa de produção geralmente é a única alternativa para manter os postos de trabalho.
- **Saúde** - cooperativas que se dedicam à preservação e promoção da saúde humana.
- **Trabalho** - cooperativas que se dedicam à organização e administração dos interesses inerentes à atividade profissional dos trabalhadores associados para prestação de serviços não identificados com outros ramos já reconhecidos. As cooperativas de trabalho são constituídas por pessoas ligadas a uma determinada ocupação profissional, com a finalidade de melhorar a remuneração e as condições de trabalho, de forma autônoma. Este é um segmento extremamente abrangente, pois os integrantes de qualquer profissão podem se organizar em cooperativas de trabalho.
- **Transporte** - cooperativas que atuam na prestação de serviços de transporte de cargas e passageiros. As cooperativas de transporte têm gestões específicas em suas várias modalidades: transporte individual de passageiros (táxi e moto táxi), transporte coletivo de passageiros (vans, ônibus, dentre outros, transporte de cargas (caminhão, motocicletas, furgões, etc) e transporte de escolares (vans e ônibus).
- **Turismo e Lazer** - cooperativas que prestam ou atendem direta e prioritariamente o seu quadro social com serviços turísticos, lazer, entretenimento, esportes, artísticos, eventos e de hotelaria.

2.5 A legislação cooperativista

O Cooperativismo no Brasil integra um conjunto de leis, normas e princípios, que constituem o que se denomina de Direito Cooperativo definido como

conjunto de normas e princípios ordenados sistematicamente, que regem a constituição e o funcionamento da sociedade cooperativa, as relações jurídicas dos negócios-fim, meio e de mercado entre ela, seus associados e terceiros, na consecução de seus objetivos institucionais ou estatutários (NASCIMENTO, 2007, p. 17)

2.5.1 A Constituição Federal de 1988

O cooperativismo se fundamenta na Constituição Federal de 1988, cujo texto mostra a preocupação do legislador constitucional em incentivar o sistema cooperativista. Vale ressaltar que o cooperativismo é citado em vários capítulos da Carta Magna.

Conforme já foi visto, com a Constituição Federal de 1988, pode-se dizer que se iniciou um novo período no ciclo legislativo do regime jurídico das sociedades cooperativas, até então presas e submetidas às imposições estatais decorrentes do regime autoritário. Vários artigos da Constituição referem-se às cooperativas no sentido não só de reconhecê-las, de livrá-las das peias estatais, como também para apoiá-las". (BULGARELLI apud ROSSI, 2009, p. 130)

Dessa maneira, a Constituição Federal de 1988, já no título dos direitos e garantias fundamentais, no capítulo dos direitos individuais e coletivos:

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

[...]

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento.

Veras Neto (apud ROSSI, 2009, p. 131), observa "que a liberdade atribuída pelo referido inciso à formação e estruturação das sociedades cooperativas não implica renúncia a uma eventual fiscalização destas".

A questão tributária das cooperativas, tratada no título da tributação e do orçamento da Constituição Federal de 1998, em seu Art. 146, inciso III, letra c), prevê que cabe à lei complementar estabelecer normas sobre o adequado tratamento tributário ao ato cooperativo. Este dispositivo, no entanto, tem causado perplexidade (KRUEGER, 2004; NASCIMENTO; 2007) tanto pela interpretação do

sentido quanto pela postura enviesada que os órgãos de fiscalização tributária têm dispensado, principalmente em relação ao cooperativismo de consumo.

Por ser o cooperativismo uma atividade econômica, de caráter social, e caber ao Estado a preocupação com o desenvolvimento econômico-social, dispõe a Constituição.

Art. 174. Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.

[...]

§ 2º. A lei apoiará e estimulará o cooperativismo e outras formas de associativismo.

Nesse aspecto o cooperativismo merece destaque em vários outros artigos da Constituição, principalmente quando se trata de tipos específicos de cooperativas como o cooperativismo mineral, agrícola e de crédito

2.5.2 A Lei 5.764/71 e o Novo Código Civil

A principal Lei que regula o cooperativismo no Brasil é a Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que define a Política Nacional de Cooperativismo e institui o regime jurídico das sociedades cooperativas. Através dessa lei o Estado estabelece o regime jurídico da sociedade cooperativa, regulamenta sua estrutura, organização e funcionamento.

O Código Civil Brasileiro (Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002) apenas complementa aquilo que não está previsto na legislação especial ou está delimitado de maneira parcial. Conforme preceitua o artigo 1.093 do citado Código “A sociedade cooperativa reger-se-á pelo disposto no presente Capítulo, ressalvada a legislação especial”, assim as sociedades cooperativas são equivalentes às sociedades simples naquilo que a lei cooperativista for omissa. Outras mudanças relevantes são: a definição da responsabilidade do sócio da cooperativa e a flexibilização do número de sócios, cujo limite mínimo passou a ser o necessário para compor a administração da sociedade, no entanto, Krueger discorda:

Neste passo, outra não pode ser a conclusão que permanecem vigentes na Lei 5.764/71:

a) os art 6º, I e 63, V, que impõem o número mínimo de vinte associados para a constituição e funcionamento das sociedades cooperativas, eis que tal número é necessário para estrita observância de todas as características e regras de integração societária contida nos arts 38 a 56 da citada lei. (KRUEGER apud JUVÊNCIO, 2007, p. 55)

2.6 O Cooperativismo de Consumo

As cooperativas de consumo são caracterizadas pela prestação de serviços na aquisição de gêneros de primeira necessidade, satisfazendo, com a eliminação da intermediação empresarial varejista, as necessidades de consumo de bens e serviços de seus associados. Sua evolução confunde-se com a própria evolução do cooperativismo de inspiração rochdaleana (PINHO, 1982, v. 4).

A cooperativa não vende: distribui. O que acontece é que um grupo de pessoas se reúne e destina um quantum do seu capital para compras em comum, no pressuposto que a compra em maior volume obterá preço melhor do fornecedor. Também, não teria cabimento uma pessoa se deslocar para fontes produtoras e/ou fornecedoras para adquirir mercadorias unicamente para si e sua família. Daí o motivo lógico pelo qual o grupo delega poderes a alguém, no caso uma cooperativa, para adquirir mercadorias que necessitam e redistribuí-las entre os interessados. (Organização... 1978, p. 137)

A filosofia do cooperativismo de consumo, de acordo com a Aliança Cooperativa Internacional, é de que o consumidor tem o direito básico a um razoável padrão de nutrição, vestimenta e moradia; adequado nível de segurança e saúde ambiental; negociar a preço justo com razoável variedade e escolha; acesso a informação sobre produtos; educação em assuntos de consumo e ter influência na economia pela participação democrática.

As cooperativas de consumo atuam de duas formas: as cooperativas de consumo do tipo fechadas, que são constituídas por uma determinada classe de trabalhadores ou categoria profissional, ou dentro de uma determinada instituição e que somente integrantes da categoria ou instituição podem se associar; e as cooperativas do tipo aberta, também chamadas de populares, que aceita qualquer pessoa como cooperado, não importando sua categoria profissional ou econômica. As cooperativas fechadas possuem a vantagem de contarem com o auxílio das empresas a elas ligadas, que dão apoio para a sua instalação participando total ou

parcialmente do investimento, financiando suas necessidades iniciais de capital de giro, além de, na maioria dos casos, permitirem o desconto das despesas efetuadas pelos cooperados em folha de pagamento; em contrapartida tem sua autonomia controlada pelos empregadores que muitas vezes interferem na sua administração. Nas cooperativas abertas ou populares, cabe ao cooperado arcar com todos os custos de sua implantação.

Além das cooperativas de consumo propriamente ditas, algumas cooperativas de outros ramos dispõem de um departamento análogo ao supermercado, como um serviço adicional oferecido aos cooperados, sendo que alguns desses supermercados figuram entre os 500 maiores do ranking 2009 da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), das quais podemos citar a Cotrijuí – Cooperativa Agropecuária e Industrial (94ª posição), Cotripal Agropecuária Cooperativa (96ª posição), entre outras, que são apresentadas no quadro 2.

Cls 2008	EMPRESA (1)	Sede
11	Coop – Cooperativa de Consumo	SP
82	Cooperativa de Consumo dos Empregados da Usiminas Ltda	MG
94	Cotrijuí – Cooperativa Agropecuária e Industrial	RS
96	Cotripal – Agropecuária Cooperativa	RS
104	Cooperativa de Consumo de Inúbia Paulista	SP
106	Cooperativa Agroindustrial Lar	PR
111	Cooperativa Agropecuária Petrópolis Ltda – PIÁ	RS
119	Cooperativa Agroindustrial Alegrete Ltda	RS
129	Cooperativa Santa Clara Ltda	RS
141	Copacol – Cooperativa Agroindustrial Consolata Ltda	PR
148	C. Vale – Cooperativa Agroindustrial	PR
157	Cooperativa Agropecuária Alto Uruguai Ltda	RS
158	Cooperativa Triticola Sarandi	RS
162	Cooperbarra – Cooperativa de Consumo Barra Igarçu	SP
168	Cooperativa Triticola Santa Rosa Ltda	RS
170	Cooperativa Mista São Luiz Ltda	RS
177	Cooperativa Agrícola Cairu Ltda	RS
182	Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba – Coopbanc	SP
193	Cooperativa Triticola Mista Campo Novo Ltda	RS
196	Cooperativa Agrícola Soledade Ltda	RS
198	Cotrijal – Cooperativa Agropecuária e Industrial	RS
202	Cooperativa Agroindustrial Copagril	PR
209	Cooperativa Regional Triticola Santiaguense	RS
220	Cooperativa de Consumo Popular de Tambaú	SP
227	Cooperativa Ger.de Energia e Desenvolvimento Taquari e Jacuí	RS
230	Cooperativa Triticola de Espumoso Ltda	RS
237	Cooperativa de Consumo do Empregados do Grupo CVRD e Vinculadas Ltda	MG
245	Cooperativa Agropecuária Unai Ltda	MG
255	Cooperativa dos Produtores Rurais do Prata Ltda	MG
268	Cooperativa dos Suinocultores de Encantado Ltda	RS
271	Cooperativa Eletr. e Desenv. Econ. Mar Cândido Rondon	PR
297	Cooperativa Triticola Samborjense Ltda	RS

319	Cooperativa Triticlo Sananduva Ltda	RS
339	Cooperativa de Cons. dos Funcionários do Banco do Brasil em Ribeirão Preto	SP
354	Cooperativa Mista Tucunduva	RS
366	Cooperativa de Livre Associação do Município de Itapiranga	SC
373	Cooperativa Agrícola Mista São Cristovão Ltda	PR
455	Cooperativa Agropecuária Videirense	SC
476	Cooperativa de Consumo dos Industriários de Salto	SP

Quadro 2. Relação das Cooperativas que figuram entre os 500 maiores supermercados no ranking da Abras 2008.

Fonte: Ranking Abras (2009)

O cooperativismo de consumo experimentou um grande desenvolvimento no Brasil, nas décadas de 50 e 60, chegando a ter no seu auge, na década de 60, um total de 2.420 cooperativas, com 1.002.167 cooperados (PINHO, 1982, v.1, p. 143), sendo este número drasticamente reduzido nas décadas seguintes, possuindo atualmente, segundo dados de julho de 2009, da OCB, 138 cooperativas, representando 1,79% do número de cooperativas, com 2.316.036 cooperados, 29,36 % do total dos cooperados, oferecendo 8.813 empregos diretos, o que representa 3,46% dos empregos gerados pelas cooperativas. Apesar do decréscimo no número de cooperativas de consumo, o número de cooperados praticamente dobrou.

Segundo reportagem da revista Gestão Cooperativa, a falta de competitividade para atuarem no mercado com o fim dos benefícios fiscais que vigoraram até 1.967 – quando passaram a recolher o ICMS, é uma das explicações para a redução no número de cooperativas, aliado a uma retirada gradual do incentivo que muitas empresas davam à época, como a cessão de terreno para construção da loja e pessoal para trabalhar no investimento. Além disso, o ramo consumo vivenciou inúmeras fusões e incorporações como forma de permanecer no mercado e aumentar sua capacidade empreendedora. Cumulativamente, a Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997, que alterou a legislação tributária, em seu artigo 69, ao preceituar que

as sociedades cooperativas de consumo, que tenham por objeto a compra e o fornecimento de bens aos consumidores, sujeitam-se às mesmas normas de incidência dos impostos e contribuições de competência da União, aplicáveis às demais pessoas jurídicas

aumentou ainda mais os problemas do cooperativismo de consumo, por igualar as sociedades cooperativas, para efeitos fiscais e tributários, às demais pessoas jurídicas de seus ramos.

Em termos fiscais, conforme entendimento de Juvêncio (2004, pag. 211) “estas cooperativas foram igualadas às empresas do seu segmento, incidindo todos os tributos sobre o resultado de suas operações, como a Cofins, o PIS faturamento, a CSSL e o imposto de renda”. Tal tributação está sendo questionada na justiça, e enquanto não existe decisão dos Tribunais Superiores, algumas cooperativas estão recolhendo judicialmente estes impostos, e algumas possuem hoje um montante considerável, como a Cooperativa de Consumo Popular de Cerquilha, no Estado de São Paulo, que possui consignado a favor da Secretária da Receita federal, o montante de R\$ 14.007.972,52 que corrigido pela taxa SELIC, soma a importância de R\$ 25.748.335,58 referente às contribuições do período de 01/01/1998 a 31/12/2008, conforme consta no Balanço e Relatório referente ao exercício de 2008, da respectiva cooperativa. Essa quantia poderia estar sendo utilizada em investimentos na própria cooperativa, para ampliar suas instalações, gerar mais empregos, e atender mais e melhor seus cooperados, contribuindo para o desenvolvimento da comunidade e da região onde opera, conforme esclarece Juvêncio (2004).

2.6.1 O Ato Cooperativo na Cooperativa de Consumo

O ato cooperativo representa a essência do cooperativismo, ele é o resultado do cooperativismo em ação e compreendê-lo “é de grande importância, dado o caráter distintivo que este imprime às cooperativas. É por meio do ato cooperativo, com forte base no princípio da identidade, que as sociedades levam a termo o interesse dos cooperados” (KLEIN, 2008, p. 197). Sobre o ato cooperativo a Lei 5.764/71 estabelece em seu artigo 79 que “denominam-se atos cooperativos os praticados entre as cooperativas e seus associados, entre estes e aquelas e pelas cooperativas entre si quando associadas, para a consecução dos objetivos sociais”, e em seu parágrafo único “O ato cooperativo não implica operação de mercado, nem contrato de compra e venda de produto ou mercadoria.” Dessa maneira,

A prestação de serviços aos cooperados delimita de modo marcante a natureza da sociedade cooperativa. Assim, o ramo de atividade não muda ou altera sua concepção estrutural, tendo em vista que o objetivo será sempre o mesmo – portanto invariável. A diferença manifesta-se somente

quanto ao objeto, isto é, a coisa para a qual converge a ação realizada com o propósito de alcançar a meta colimada pelo empreendimento cooperativo. Em resumo: o *objetivo* configura a persecução das finalidades institucionais; e o *objeto* a variedade dos ramos de atividades, que qualificam sua pessoa jurídica – como, por exemplo, cooperativa de consumo, cooperativa de crédito, e assim por diante (NASCIMENTO, 2007, p. 69)

Para melhor entendimento, recorde-se que de acordo com o artigo 3º da Lei 5.764/71 “celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens e serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, *sem objetivo de lucro*” (grifo nosso)

Considere-se já que neste seu aspecto ela se não confunde com a empresa comercial. Esta busca o ganho, o lucro para o empresário ou empresários que a constituem, enquanto que a cooperativa procura servir os sócios ou o consumidor em geral – é uma empresa de serviço, em que os excedentes de suas actividades só numa pequena parte revertem a favor do sócio individual. A maior, vai para um fundo de reserva que esteja apto a resolver possíveis crises da instituição, e ainda, para uma obra de cultura comum ou de quaisquer outros benefícios que a todos digam respeito, como são, por exemplo, a assistência e a previdência. (AGUDO, 1966, p. 7)

Sendo o lucro a remuneração do capital investido para o enriquecimento do proprietário capitalista, essa é uma diferença fundamental entre a sociedade cooperativa de consumo e as sociedades mercantis, uma vez que no cooperativismo não existe o lucro, e o resultado das receitas e das despesas é denominado sobras ou excedentes.

Não há no ato cooperativo uma oposição de interesses entre o associado e a cooperativa, nos moldes que tipificam a relação contratual entre o comitente e comissário. O ato cooperativo é praticado sem que a cooperativa logre obter vantagens patrimoniais para si. Neste caso assume o ato cooperativo uma equidistância tanto da representação civil quanto da comissão mercantil. (KRUEGER, 2007, p. 348)

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Inicialmente foi realizada uma pesquisa exploratória, que segundo Vergara (2007, p. 47) “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado”. Dessa maneira buscou-se nas bibliotecas especializadas, como a biblioteca da SESCOOP-DF, dados que justificassem o projeto e possibilitassem a busca por maior conhecimento sobre o cooperativismo de consumo. Dadas as características das cooperativas de consumo e a impossibilidade de se conseguir dados de todas as cooperativas de consumo do Brasil, considerou-se a delimitação da pesquisa aos Estados da Região Sudeste. As conclusões caracterizaram-se pelo método indutivo, que segundo Lakatos (1986, p. 83) “indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo-se de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas”

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

A pesquisa iniciou-se de maneira exploratória e foi realizada nas bibliotecas da Presidência da República, da Universidade de Brasília e na biblioteca da SESCOOP-DF, que em um primeiro momento forneceu as bases para os passos seguintes da pesquisa, pois

A pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho (ANDRADE, 2005, p. 124)

Passada a fase do levantamento dos dados bibliográficos e de dados que justificaram a busca da resposta à questão proposta na formulação do problema, iniciou-se a pesquisa descritiva, que é “a técnica padronizada da coleta de dados” (op. cit., p. 124) do projeto. A busca de dados qualitativos e quantitativos foi realizada através de um questionário enviado para os gestores das cooperativas de consumo da Região Sudeste do Brasil. De um total de 66 (sessenta e seis)

questionários enviados, 14 retornaram ao remetente por erro de endereço, que foram fornecidos através do cadastro das cooperativas da OCB, e apenas 10 questionários voltaram preenchidos, o que prejudicou bastante a continuidade da pesquisa. Dessa maneira adotou-se a linha de ação de se passar a um estudo de caso, como complemento da pesquisa.

Foi realizada uma visita de três dias à Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba (Coopbanc), situada na Rua Humaitá nº 1200, Jardim Sumaré, CEP 16015-253, na cidade de Araçatuba – SP. Através de uma entrevista semi-estruturada, que segundo Roesch (2007, pag. 159) “permitem ao entrevistador entender e captar a perspectiva dos participantes da pesquisa”, com os gestores, Sr. Orlando Lopes, Diretor-presidente e Sr. Gessimel Calderaro, diretor administrativo, foram levantadas questões sobre a atuação da cooperativa de consumo, sua área de atuação, seus pontos fortes e fracos, forma de relacionamento com os cooperados, participação dos cooperados na vida da cooperativa, relacionamento da cooperativa com a OCB, Ocesp, SESCOOP e outras cooperativas.

Foi realizada ainda uma pesquisa de preços a fim de comparar os preços praticados pela cooperativa Coopbanc e seus principais concorrentes: Supermercados Pão de Açúcar e Supermercados Rondon. Foram tomados como referências os itens da Cesta Básica Nacional do DIEESE, que se compõe de 13 itens com a média de consumo por família, e os itens da Cesta Básica da Classe Média, da Faculdade Batista de Vitória, ES, que se compõe de 30 itens, dos quais foram retirados os itens mamão Havaí, ervilha seca e vagem, por não serem fornecidos pelos mercados pesquisados, sendo acrescentados os itens sabonete, detergente e sabão em pó. Para o efeito de cotação foram considerados os produtos de mesma marca e mesmo tipo de embalagem, e os produtos que não possuíam as mesmas marcas nos três mercados comparados foi considerada a marca vendida pelo maior valor, para fim de comparação.

Finalmente, participaram do estudo aos clientes que frequentavam a cooperativa no dia 12 de novembro de 2009, com a finalidade de levantar o conhecimento dos cooperados e não cooperados com relação à cooperativa e ao cooperativismo, motivo para comprar na cooperativa e tipo de compra efetuada.

3.2 Caracterização da organização, setor ou área

O cooperativismo de consumo é um dos ramos mais antigos do cooperativismo no Brasil e no mundo. No Brasil, segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), existem atualmente 138 cooperativas de consumo, das quais as cooperativas da Região Sudeste foram objeto da presente pesquisa. A Cooperativa dos Bancários de Araçatuba – Coopbanc, é uma cooperativa de consumo do tipo aberta, localizada na cidade de Araçatuba, SP, cidade que possui uma população de 181.143 habitantes, segundo censo do IBGE 2008, dos quais 10.616 são associados da cooperativa, o que representa 5,8% da população.

3.3 População e amostra

Segundo os dados consolidados da OCB no ano de 2008, existem no Brasil 7.682 cooperativas distribuídas pelos 13 ramos do cooperativismo. Desse total, 138 são cooperativas de consumo, das quais 70 encontram-se na Região Sudeste do Brasil, e que serão as cooperativas que farão parte do estudo. A opção pelas cooperativas da Região Sudeste como participantes do estudo deveu-se ao fato de as mesmas serem as mais representativas do ramo consumo, representando cerca de 50% das cooperativas de consumo do país. O presente estudo foi complementado com um estudo de caso na Cooperativa dos Bancários de Araçatuba, SP.

3.4 Caracterização dos instrumentos de pesquisa

O instrumento utilizado na pesquisa foi questionário dirigido aos diretores-presidentes das cooperativas de consumo da Região Sudeste. O respectivo questionário, constante do apêndice A, foi elaborado pelo autor e validado pelo professor orientador e consta de duas partes. Na primeira, procurou-se identificar a

origem da cooperativa, ano de sua criação, se a mesma nasceu como cooperativa aberta ou fechada e qual é o seu tipo atual. Na segunda parte solicitou-se dados referentes ao desempenho da cooperativa nos últimos 10 anos, com a finalidade de avaliar seu desempenho e comparar o desempenho das cooperativas abertas e fechadas e ainda dados referentes às condições de adesão à cooperativa a fim de avaliar as condições necessárias à capitalização de uma cooperativa e número de associados necessários para se iniciar um projeto de cooperativa de consumo.

Como complemento foi realizado um estudo de caso na Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, como parte da pesquisa qualitativa. Foi feito no dia 11 e 12 de novembro de 2009, entrevista com o diretor-presidente e diretor-administrativo. Foi realizada pesquisa com os clientes que compravam na loja no dia 13 de novembro de 2009, através de questionário, constante do apêndice B, também elaborado pelo autor e validado pelo professor orientador, com base no desenvolvimento do referencial teórico, com perguntas fechadas, com três partes: a primeira, com quatro questões, visava levantar os dados sobre o tipo de cliente da cooperativa, se associado ou não; a segunda parte com três questões, a intenção era levantar os motivos que levaram o cliente a comprar da cooperativa e o tipo de compra realizado e a terceira parte, com quatro questões, endereçada apenas aos clientes associados levantou o conhecimento do cliente com relação aos seus direitos e deveres. Foi realizado ainda uma pesquisa de preços na Coopbanc e nos supermercados citados pelos seus dirigentes como seus principais concorrentes. Todos estes dados tem a finalidade de informar sobre quais são as preocupações que se deve levar em conta no caso de abertura de uma cooperativa de consumo.

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Os dados que permitiram a fundamentação teórica da presente pesquisa foram obtidos através de fontes secundárias, ou seja, “livros e outros documentos bibliográficos” (ANDRADE, 2005, p. 125) disponibilizados, principalmente na biblioteca especializado do SESCOOP-DF. A partir daí, a pesquisa de campo foi realizada através de questionário enviado aos gestores das cooperativas de consumo via correio, por meio de carta registrada, cujo envelope continha o

questionário constante do apêndice “A” e um envelope já selado, com o endereço para a resposta, a fim de incentivar o retorno da pesquisa. Essa pesquisa foi enviada na primeira semana de outubro, e os envelopes com as respostas considerados os que retornaram até 09 de novembro de 2009. As pesquisas complementares foram realizadas nos dias 11, 12 e 13 de novembro de 2009, na cidade de Araçatuba, SP. A entrevista com os gestores da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, a cotação dos preços e a aplicação dos questionários aos clientes da Coopbanc foi feita pessoalmente. O Contato com os gestores da Coopbanc foi feito inicialmente por telefone, após o recebimento do envelope com as respostas do questionário aplicado aos gestores, solicitando a autorização para a realização do estudo de caso e a aplicação do questionário aos clientes dentro da loja, pedido que foi prontamente atendido. A opção pela Coopbanc deu-se pelo fato de ter sido a cooperativa que respondeu completamente o questionário, sendo a mesma uma cooperativa considerada de tamanho médio, com 10.616 associados em 2008, sendo ainda uma cooperativa fundada em 1959, que passou por todas as fases do cooperativismo de consumo.

Os dados foram tabulados em um arquivo em Excel a fim de gerar os resultados que foram analisados a fim de permitirem uma conclusão a respeito das condições atuais das cooperativas de consumo no Brasil e das condições necessárias a criação de uma cooperativa de consumo no Distrito Federal.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Nesta seção serão apresentados os resultados das pesquisas realizadas através dos questionários aplicados e das entrevistas realizadas, com vistas a clarificar a situação das cooperativas de consumo do Brasil nos dias atuais e suas expectativas quanto ao futuro.

Notadamente, quanto ao início das atividades de uma cooperativa de consumo, estas podem ser do tipo aberta ou fechada, sendo as cooperativas fechadas aquelas constituídas por uma determinada classe de trabalhadores ou categoria profissional e as do tipo aberta, também chamadas populares, as que aceitam qualquer pessoa como cooperada. Existem fatores que influenciam para que as cooperativas iniciem suas atividades como fechadas: a Lei 5.764/71, que no Capítulo VI – Do Capital Social, estabelece que as quotas-partes para formação do capital não deve exceder o valor do maior salário mínimo vigente no país e que nenhum associado poderá subscrever mais de 1/3 do total das quotas-partes; o conhecimento sobre o cooperativismo a definição do estatuto da cooperativa pode ser melhor direcionado para trabalhadores que já possuam locais para reunião, que já tenham objetivos sociais em comum.

A Região sudeste possuía em 1982, 82 cooperativas das quais apenas 10 eram do tipo aberta, o que representava um percentual de 12,2%, o que pode ser comparado com as cooperativas que responderam o questionário. Das 10 cooperativas que responderam o questionário, apenas 2 iniciaram suas atividades como cooperativas abertas, o que pode ser explicado, conforme palavras do Sr. Gessiman Calderaro, Gerente Administrativo da Coopbanc “diferentemente de um negócio no qual o investidor espera um retorno do capital investido, no cooperativismo, o retorno para o associado é em forma de serviços prestados e dificilmente alguém vai dispor de um volume de capital alto sem esperar retorno financeiro, dessa maneira, necessita-se de muita gente para conseguir um volume razoável de capital para aquisição de prédio, instalações e estoque para viabilizar o negócio” Maurice Colombain observa que

para criar uma simples cooperativa de base é preciso superar uma série de obstáculos: o mais importante deles não é a oposição dos que temem a concorrência da cooperativa, nem a pobreza dos que devem contribuir com seu magro capital, nem sequer sua inércia, mas é a inexperiência nos

negócios e, em especial, a ignorância dos princípios, dos métodos e dos fins do cooperativismo. E acrescenta que é importante formar cooperadores antes de criar cooperativas (COLOMBAIN, apud SCHNEIDER, 2003, pag. 36),

e seguindo esse mesmo raciocínio, Albert Meister, em um dos quatros estágios de desenvolvimento das cooperativas descreve:

No primeiro estágio, do *pioneirismo ou da conquista* dos fundadores, predomina a crença nos ideais cooperativos, a colaboração igualitária de todos, o sacrifício e a doação dos membros e a acumulação de capital, que tende a ser reaplicado no crescimento da cooperativa (MEISTER, apud SCHNEIDER, 2003, pag. 45).

Dessa maneira, grupos de trabalhadores que já possuem sindicato, clubes e outras associações, possuem uma facilidade maior de levar adiante um empreendimento cooperativista, pela facilidade de reunião e de transmissão da idéia do cooperativismo, pois entre os 52 associados da cooperativa Coopbanc entrevistados, 35% conheceram a cooperativa através da sua classe trabalhadora e de familiares já cooperados, 63% tiveram conhecimento da cooperativa através de amigo associado e apenas 1 associado conheceu a cooperativa através de propaganda. Ainda entre os 24 clientes da cooperativa que não são associados, e que responderam o questionário, 50% afirmaram ter conhecido a cooperativa através de um amigo associado, o que revela a importância da classe cooperada como vetor do cooperativismo.

A preocupação de criar uma cooperativa de consumo deve ser seguida de uma preocupação ainda maior, a de mantê-la com capacidade operacional e em condições de permanência. A educação cooperativa deve ser levada em consideração não só no memento da fundação da cooperativa como também ao longo de toda sua vida. Em um primeiro momento, o preço praticado pela cooperativa de consumo pode parecer relevante, no entanto, dos associados da Coopbanc entrevistados, somente 15% disseram ter levado em conta o preço praticado pela cooperativa como fator para se associar, a facilidade de pagamento e a amizade com os dirigentes e funcionários da cooperativa foram considerados fatores relevantes por 27% e 19% dos associados, respectivamente; outros motivos, como o fato de já ter familiares cooperados e de variedade e qualidade de produtos oferecidos pela cooperativa foram citados por 31% dos associados; a prática de convênios oferecidos pela cooperativa ficou em último lugar na motivação para a associação, com apenas 8% das respostas.

A abertura da cooperativa Coopbanc, iniciada em 1968, com a adesão dos funcionários públicos federais, estaduais e municipais e profissionais liberais, tais como médicos e engenheiros, consolidou-se em 1996, com a abertura para todos aqueles que, tendo livre disposição de sua pessoa e de seus bens, concordam com o Estatuto da cooperativa. No entanto a abertura da cooperativa resulta em um processo de afastamento dos cooperados dos destinos da cooperativa, o que demanda uma gestão profissional, o que segundo Meister refere-se ao quarto estágio de desenvolvimento da cooperativa, denominado de *poder dos administradores*, onde

tem-se o funcionamento da instituição na mão de especialistas, devido à complexidade da vida econômica e à ampliação dos aparatos administrativos. Nesse estágio cessa o esquema democrático que deu origem ao movimento e, embora não haja modificações nos estatutos jurídicos, o poder já não se encontra nas mãos dos sócios e de seus representantes (MEISTER, apud SCHNEIDER, 2003, pag. 45).

Tal fato pode ser comprovado na pesquisa, pois dos clientes associados que responderam ao questionário, 80% não tinham conhecimento do estatuto da cooperativa, 86% nunca tinham participado de qualquer assembléia da cooperativa e 61% não conheciam o diretor-presidente da cooperativa ou qualquer um dos membros do conselho administrativo ou conselho fiscal da cooperativa.

Segundo o presidente da Coopbanc, Sr. Orlando Lopes, “a participação econômica do cooperado é o princípio mais observado na cooperativa, pois os associados, através de suas compras, permitem o desenvolvimento da cooperativa, possibilitando o reinvestimento e a formação de reservas”. No entanto, tal participação econômica não resulta em um controle democrático pelos sócios, o que pode ser demonstrado pelo número de associados presentes na última assembléia para a eleição dos dirigentes, 1.289 associados de um total de 10.587 associados, conforme ata de assembléia constante do anexo B, e na assembléia para a aprovação do Relatório e Balanço de 2008, 29 associados, conforme ata de assembléia constante do anexo D, o que no segundo caso, é compensado pela iniciativa da diretoria, de contratação da empresa de auditoria Azevedo Auditores Independentes, como forma de demonstrar clareza e preocupação com o destino da cooperativa, sendo esta iniciativa espontânea da diretoria atual. Neste sentido Diva Pinho, em entrevista concedida ao programa ProjetoE, da Fundação Vanzolini aconselha:

O administrador tem que ter bom senso: até quando ele pede a participação sem virar o "assembleísmo" desnecessário. Mas o que acontece mesmo é que nós não temos uma tradição de associativismo. É necessário que as pessoas tenham interesse de alguma forma na reunião. No exterior, mesmo em países de forte tradição cooperativista, muitas cooperativas organizam churrasco, confraternizações, diversões para a família etc. São técnicas para atrair os cooperados para a reunião (PINHO, 200?)

Apesar de todo o desempenho das cooperativas de consumo que ainda resistem, o diretor-presidente da Coopbanc adverte que “o destino das cooperativas de consumo está agora nas mãos da justiça, pois uma decisão desfavorável em última instância a respeito dos recolhimentos dos impostos como a Cofins, IPI e CSSL poderá condenar definitivamente o cooperativismo de consumo a extinção”. Tal afirmação decorre do fato de que algumas cooperativas, por força de liminar, como o caso da própria Coopbanc, não foram obrigadas a provisionar os recursos em favor da Secretaria da Receita Federal, e que para cumprimento da sentença seria obrigada a um desembolso que poderia condená-las a um endividamento de longo prazo ou a uma redução de seus ativos.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O empreendimento cooperativista, como o proposto nesse trabalho, como opção que atenda as necessidades de consumo de uma ou mais classes de trabalhadores organizados no Distrito Federal, é viável, no entanto deve ser encarado como uma atividade para ser levada adiante não somente por idealistas, mas também por profissionais preocupados com um empreendimento social que resulte em benefício para todos dentro de uma comunidade.

Levando-se em conta que em Brasília, a aquisição de bens de consumo de primeira necessidade, como gêneros alimentícios e de higiene, não é realizada apenas nos grandes hipermercados localizados nos extremos da asa norte e asa sul, e que nas quadras comerciais existem pequenos mercados que atendem moradores das quadras residenciais de suas imediações, uma cooperativa de consumo tem grandes possibilidades de sucesso, considerando as peculiaridades da população de Brasília.

Considerando ainda como exemplo as cooperativas de consumo em atividade, constantes do cadastro de cooperativas fornecido pela Organização da que possuem entre 2.000 e 15.000 associados, entre elas a Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba, com 10616 associados em 2008, que apresentou uma receita bruta de vendas de R\$ 31.279.855,00 e capital social de R\$ 1.688.612,00, conforme demonstração do resultado do exercício e balanço patrimonial de 2008, tendo uma receita média nos últimos 10 anos de R\$ 24.350.759,00. A Coopbanc opera basicamente na aquisição de gêneros alimentícios, artigos de vestuário e outros de uso pessoal e doméstico e possui uma loja com 188 funcionários onde são atendidos seus clientes, cooperados e não cooperados.

Conforme mostrou o resultado da pesquisa, uma cooperativa não deve oferecer aos seus associados somente produtos com preços mais baixos, uma cooperativa deve ter preocupações sociais com a comunidade e oferecer aos seus clientes ambiente saudável para compras e produtos seguros e de qualidade.

A pesquisa também desmistificou a cooperativa de consumo como balizadora de preços na comunidade onde atua, pois conforme cotação de preços realizada, tomando por base a cesta básica nacional do DIEESE e a cesta básica

da classe média da Faculdade Batista de Vitória, constantes dos apêndices C e D, os preços praticados pela Coopbanc não são os menores preços praticados na sua área de atuação, no entanto seus clientes, cooperados e não cooperados, são compensados pela qualidade no atendimento e qualidade nos produtos oferecidos na cooperativa, motivo de compra informado por 48,5% dos clientes entrevistados, sendo que o fato do cliente ser cooperado responde por 18,5% dos motivos de compra e a proximidade da residência 25%, o preço foi considerado apenas por 6,5% dos entrevistados. Apenas 0,5% dos entrevistados consideraram outros motivos para realizarem suas compras na cooperativa. Segundo o Sr. Orlando Lopes, diretor presidente da Coopbanc, “a fidelidade do cliente é um dos principais motivos de sucesso da cooperativa”, o que explica o fato de 61% dos clientes entrevistados afirmarem fazer suas compras do mês na cooperativa. Os clientes eventuais da cooperativa representam 32% entre os clientes cooperados e 54% entre os não cooperados.

A criação de uma cooperativa de consumo no Distrito Federal, do porte da Coopbanc, talvez não tenha que esperar 50 anos, tempo de vida que a Coopbanc está completando no ano de 2009. Considerando apenas a classe dos militares do Exército em Brasília, o número de associados poderia atingir entre 10.000 e 12.000, levando-se em conta os militares da ativa e os militares da reserva que fixaram residência na cidade, conforme números levantados no site do Departamento Geral do Pessoal e na Seção da Inativos e Pensionistas do Comando da 11ª Região Militar. Se for levado em conta uma quota parte de R\$ 250,00, valor 25% maior que a quota parte exigida para um associado da Coopbanc, o capital social de uma cooperativa desse porte seria entre R\$ 2.500.000,00 a R\$ 3.000.000,00 e o potencial de consumo, considerando apenas os produtos da cesta básica da classe média da Faculdade Batista de Vitória, e os preços praticados pela Coopbanc, atingiria o montante entre R\$ 34.987.200,00 e R\$ 41.984.640,00 anuais. Deve-se considerar que dificilmente uma família classe média de Brasília gasta somente R\$ 291,00 mensais com gêneros de alimentação e produtos de higiene e limpeza. Considere-se ainda que estes números são para uma cooperativa fechada para os militares do Exército em Brasília, não levando em conta uma possível abertura para os militares das outras Forças Armadas e Policiais e Bombeiros Militares, cujos efetivos não foram levantados, mas estimasse que ultrapasse os 25.000 membros.

Pessoal e capital certamente não seriam problemas para a criação de uma cooperativa no Distrito Federal, existem porém alguns aspectos que devem ser preocupações para se levar adiante um empreendimento cooperativista, e o principal deles é a educação cooperativista, pois

Este pode ser considerado o principal problema das cooperativas – e de todo o sistema –, pois consolida a ruptura do cooperado com a cooperativa. Ao ocorrer esta ruptura, a cooperativa perde a principal força de sua vantagem competitiva, que é representada pela maior amplitude da cooperativa como instituição empresarial, resultante da interação com seus fornecedores (cooperados) e clientela (representada, em significativa parte, por cooperados) (OLIVEIRA, 2006, pag. 25).

O problema da educação cooperativista no Distrito Federal pode ser superado com um trabalho dirigido aos públicos interessados, pois em Brasília, as classes trabalhadoras já possuem, em sua maioria, associações recreativas, sindicatos com grande representatividade, clubes e algumas classes possuem ainda, escolas corporativas. Utilizando os militares do Exército como exemplo, existe uma facilidade de comunicação tendo em vista que os mesmo moram em quadras privativas para militares e em geral trabalham em uma mesma área no Setor Militar Urbano. Deve ser levado em conta ainda a disciplina e o potencial de mobilização social dos militares.

No entanto, as classes interessadas devem entender, conforme considerações do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em suas orientações de como organizar uma cooperativa, que a cooperativa é uma organização, e não um negócio em si mesmo, e que os primeiros passos a serem considerados é a viabilidade do próprio negócio. Para isso é necessário que seus gestores sejam escolhidos entre pessoas comprometidas com o cooperativismo, que sejam profissionais com conhecimento técnico e administrativo, que tragam para o cooperativismo o que existe de mais atualizado em termos de gestão, que estabeleçam parcerias estratégicas para o negócio, que procurem oferecer para o associado não apenas preço baixo, mas produtos de qualidade com preço de mercado administrado, que persigam o crescimento sem esquecer os princípios cooperativistas, lembrando sempre que o associado é a razão maior da existência da cooperativa e que o objetivo do cooperativismo de consumo é oferecer consumo de qualidade com preço justo.

REFERÊNCIAS

AGUDO, J. Dias. **Cooperativas de Consumo**. Biblioteca de Cultura Cooperativa: Lisboa, Portugal, 1966.

_____. **Doutrina e doutrinadores do Cooperativismo**. Biblioteca de Cultura Cooperativa: Lisboa, Portugal, 1965. In Agudo, J. Dias. Cooperativas de Consumo. Biblioteca de Cultura Cooperativa: Lisboa, Portugal, 1966.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ARAÇATUBA. Terra do boi gordo. Disponível em: <http://www.nossosaopaulo.com.br/Reg_02/Reg02_Aracatuba.htm> Acesso em 08 nov 09.

BRASIL. Constituição (1988) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/LEIS/L5764.htm> Acesso em 25 jul 2009.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/LEIS/L5764.htm> Acesso em 25 jul 2009.

BRASIL. Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9532.htm> Acesso em 25 jul 09.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10406.htm> Acesso em 25 jul 09.

Cesta Básica Nacional. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/rel/rac/tranov09.xml#SAMPA>> Acesso em 09 nov 09.

Cooperativa de Consumo Popular de Cerquilho. **Balanco e Relatório 2008**. Disponível em: <<http://www.coocerqui.com.br/balancorel08.htm>>. Acesso em 15 jun 09.

DUARTE, Vanúcia. **Cooperativas de consumo prontas para disputarem o mercado.** Revista Gestão Cooperativa. São Paulo, ano 9, nº 29, Dezembro 2006.

GORDOA, Jose Ruiz de. **La Cooperación en el mundo a través de la história.** [S.I.]: Vitória, Espanha, 1963

International Co-operative Alliance. **Consumer Co-operatives Worldwide. A sectoral of the ICA Organizaton.** Disponível em:
<<http://www.ica.coop/ccw/index.html>> Acesso em 01 set 2009.

JUVÊNCIO, Fernanda de Castro. **O cooperativismo habitacional, de consumo e o educacional.** In: KRUEGER, Guilherme (Coord). Ato cooperativa e seu adequado tratamento tributário. Belo Horizonte: Mandamentos, p. 199-226, 2004.

JUVÊNCIO, Fernanda de Castro. **Do objetivo e classificação das sociedades cooperativas.** In: KRUEGER, Guilherme; MIRANDA, André Branco de (Coord). Comentários à legislação das sociedades cooperativas. Tomo I. Belo Horizonte: Mandamentos, p. 46-78, 2007.

KLEIN, Fabrício. **O apoio e o estímulo ao cooperativismo na Constituição Federal.** In: KRUEGER, Guilherme (Coord). Cooperativas na ordem econômica constitucional: teoria e direito. Tomo I. Belo Horizonte: Mandamentos, p. 157-237, 2008.

KRUEGER, Guilherme (Coord). **Ato cooperativo e seu adequado tratamento tributário.** Belo Horizonte: Mandamentos, 2004.

_____. **Cooperativas na Ordem econômica constitucional: teoria e direito.** Tomo I. Belo Horizonte: Mandamentos, 2008.

KRUEGER, Guilherme; MIRANDA, André Branco de (Coord). **Comentários à legislação das sociedades cooperativas.** Tomo I. Belo Horizonte: Mandamentos, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 1985.

MONTE, Antonio José. **Estruturação e funcionamento do ramo consumo em âmbito nacional e mundial.** Brasília: OCB; 2002.

NASCIMENTO, Carlos Valder do. **Teoria geral dos atos cooperativos.** São Paulo: Malheiros, 2007.

Organização das Cooperativas Brasileiras. **Ramos do cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/ramos/index.asp>> Acesso em 30 mai 2008.

Organização das Cooperativas Brasileiras. **Ramos. Consumo**. Disponível em: <http://www.ocb.org.br/site/ramos/consumo_numeros.asp> Acesso em 30 mai 2008.

Organização das Cooperativas de Consumo. **Por que as cooperativas de consumo fracassam e como levá-las ao sucesso**. 1978, 192p.

PINHO, Diva Benevides. **O pensamento cooperativo e o cooperativismo brasileiro**. Manual do cooperativismo v. 1. São Paulo: CNPq, 1982.

_____. **O Cooperativismo no Brasil: da vertente pioneira à vertente solidária**. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____. **Tipologia Cooperativista**. Manual do cooperativismo v. 4. São Paulo: CNPq, 1982.

Portal do Cooperativismo. SESCOOP/SP. **Princípios Cooperativistas. Atuais princípios do cooperativismo**. Disponível em: <http://www.portaldocooperativismo.org.br/sescoop/cooperativismo/principios_cooperativistas.asp> Acesso em 30 jul 2009.

Ranking Abras 2009. **O Autoserviço nacional mostra a sua força**. Revista Superhiper, São Paulo, Ano 35, número 396, p. 58-78, Abril de 2009.

ROSSI, Amélia do Carmo Sampaio. **Cooperativismo à luz dos princípios constitucionais**. 2ª reimpr. Curitiba: Juruá, 2009.

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

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas/ Minas Gerais. **Cooperativismo**.

<<http://www.sebraeminas.com.br/culturadacooperacao/cooperativismo/consideracoes.htm>> Acesso em 18 nov 09.

SILVA, Paulo Cezar Ribeiro da. **Índice FABAVI: Cesta de Alimentação do Consumidor da Classe Média**. Vitória, ES, Faculdade Batista de Vitória, 2007. Disponível em: <http://www.introsmoveis.com.br/ptindicefabavi.doc>. Acesso em 09 nov 09.

Sobre a Coop – História Coop. Disponível em <<http://www.coop-sp.com.br/Sobre-a-coop/Historia-coop.aspx>> Acesso em 20 Set 2009.

SUÁREZ, Carlos Julio Pineda et al. **Cooperativismo Mundial: 150 años.** Consultamerica Grupo Asesor: Santafé de Bogotá, D.C., Colombia, 1994.

TESCH, Walter. **Dicionário Básico do Cooperativismo.** Brasília: SESCOOP, 2000.

APÊNDICE A

Questionário para os dirigentes das cooperativas de consumo

PRIMEIRA PARTE

Nesta primeira parte serão solicitados dados que identifiquem a cooperativa.

Questão 1.

Qual o ano de criação da cooperativa? _____

Questão 2

Como era a cooperativa na ocasião de sua fundação?

() Fechada () Aberta

Se fechada, que classe compunha seus cooperados?

() Empregados da indústria

() Empregados do comércio

() Funcionários públicos

() Bancários

() Outros setores - Cite o setor: _____

Questão 3

Como era a instalação da cooperativa por ocasião de sua criação?

() Prédio próprio

() Prédio alugado

() Prédio cedido pelo empregadores

() Prédio cedido pelo sindicato

Situação das instalações atualmente?

() Prédio próprio

() Prédio alugado

() Prédio cedido pelo empregadores

() Prédio cedido pelo sindicato

Questão 4

Produtos fornecidos aos cooperados?

() Gêneros alimentícios e de higiene e limpeza

() Produtos farmacêuticos

() Combustíveis e lubrificantes

() Outros produtos Citar _____

Questão 5

Qual o tipo da cooperativa nos dias atuais?

() Fechada () Aberta Ano da Abertura: _____

Questão 6

Cite os 3 principais concorrentes da cooperativa em sua área de atuação

(1º) _____

(2º) _____
 (3º) _____

SEGUNDA PARTE

Nesta segunda parte são solicitados dados que permitam verificar o desempenho da cooperativa

Preencha os quadro abaixo

Quadro 1.

ANO	VALOR TOTAL DAS VENDAS EM R\$	NÚMERO DE COOPERADOS	NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	NÚMERO DE LOJAS
1999				
2000				
2001				
2002				
2003				
2004				
2005				
2006				
2007				
2008				

Quadro 2

ANO	VALOR DAS SOBRAS A DISPOSIÇÃO DA AGO EM R\$	DESTINAÇÃO DADA ÀS SOBRAS
1999		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2000		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2001		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2002		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2003		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2004		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2005		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2006		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2007		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%
2008		() Reinvestimento na cooperativa _____% () Retorno aos cooperados _____%

Quadro 3.

ANO	VALOR DA COTA PARTE PARA ASSOCIAÇÃO
1999	
2000	
2001	
2002	
2003	
2004	
2005	
2006	
2007	
2008	

APÊNDICE B

Questionário para os clientes da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba – SP

PRIMEIRA PARTE

Nesta parte é levantado o tipo de cliente da cooperativa

Questão 1

O Sr (a) é associado da cooperativa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Questão 2

Se cooperado, há quanto tempo?

- ☐ Até dois anos
- ☐ De dois a cinco anos
- ☐ De cinco a dez anos
- ☐ Mais de dez anos

Questão 3

Como o Sr (a) conheceu a cooperativa

- ☐ Propaganda
- ☐ Folhetos promocionais
- ☐ Palestra sobre cooperativismo
- ☐ Amigo associado
- ☐ Outros

Questão 4

O que levou o Sr (a) a se associar

- ☐ Preço praticado pela cooperativa
- ☐ Facilidade de pagamento
- ☐ Convênios oferecidos pela cooperativa
- ☐ Amizade com os dirigentes/funcionários da cooperativa
- ☐ Outros motivos

SEGUNDA PARTE

Destinada a levantar os motivos que levaram o cliente a comprar da cooperativa e o tipo de compra realizada.

Questão 5

Por que o Sr (a) compra na cooperativa?

- ☐ Preço
- ☐ Proximidade da residência

- ☐ Sou cooperado
- ☐ Qualidade do atendimento
- ☐ Qualidade dos produtos oferecidos

Questão 6

Como são suas compras na cooperativa?

- ☐ eventuais
- ☐ Compras do mês

Questão 7

O Sr.(a) costuma pesquisar preços antes de comprar

- ☐ Nunca
- ☐ Às vezes
- ☐ Quase sempre
- ☐ Sempre

TERCEIRA PARTE

Destinada a verificar o conhecimento dos associados com relação aos seus direitos e deveres e o nível de participação na vida da cooperativa.

Questão 8

O Sr (a) tem conhecimento do estatuto da cooperativa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Questão 9

O Sr (a) tem participado das assembleias da cooperativa?

- ☐ Nunca
- ☐ 1 vez
- ☐ 2 vezes
- ☐ 3 vezes
- ☐ + de 3 vezes

Questão 10

Conhece algum dos membros do conselho administrativo ou conselho fiscal da cooperativa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Questão 11

O Sr (a) conhece o diretor-presidente da cooperativa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

APENDICE C

COTAÇÃO DOS PREÇOS DOS ITENS DA CESTA BÁSICA DO DIEESE NA CIDADE DE ARAÇATUBA – SP.

ARAÇATUBA – SP 13 de novembro de 2009							
Produto	Quantidade	Coopbanc		Pão de Açúcar		Supermercados Rondon	
		Unitário	Total	Unitário	Total	Unitário	Total
Carne – acém	6 Kg	5,65	33,90	7,50	45,00	6,99	41,94
Leite tipo C *	7,5 l	1,15	8,63	1,45	10,88	1,10	8,25
Feijão *	4,5 Kg	2,35	10,58	2,79	12,56	2,29	10,31
Arroz *	3 Kg	2,10	6,30	2,18	6,54	1,90	5,10
Farinha *	1,5 kg	2,02	3,03	2,95	4,43	1,59	2,39
Batata	6 kg	3,00	18,00	2,59	15,54	1,99	11,94
Tomate	9 kg	2,93	26,37	3,69	33,21	2,98	26,82
Pão	6 kg	4,90	29,40	4,99	29,94	3,48	20,88
Café *	600 g	9,18	5,51	12,50	7,50	9,98	5,99
Banana	7,5 kg	2,16	16,20	2,89	21,68	1,89	14,18
Açúcar *	3 kg	1,82	5,46	1,99	5,97	1,40	4,20
Óleo	1/900 ml	2,56	2,56	2,39	2,39	2,39	2,39
Manteiga	750 g	16,00	12,00	19,95	14,96	14,95	11,21
Total da Cesta			177,94		210,60		165,60

* Produtos equivalentes com marcas diferentes

Fonte: O autor

APENDICE D

COTAÇÃO DOS PREÇOS DOS ITENS DA CESTA BÁSICA DA CLASSE MÉDIA NA CIDADE DE ARAÇATUBA – SP.

ARAÇATUBA – SP 13 de novembro de 2009							
Produto	Und	Coopbanc		Pão de Açúcar		Supermercados Rondon	
		Unitário	Total	Unitário	Total	Unitário	Total
Peito de frango congelado	4 kg	3,58	14,32	7,09	28,36	2,99	11,92
Lazanha	2 Kg	6,38	12,76	7,18	14,36	7,18	14,35
Carne de boi – alcatra	4 kg	13,85	55,40	18,89	75,56	11,29	45,16
Leite Longa vida	4,5 l	1,89	8,51	1,79	8,06	1,79	8,06
Leite em pó 400g	1 lata	6,89	6,89	6,39	6,39	5,99	5,99
Feijão	4 kg	2,35	9,40	2,79	11,16	2,29	9,16
Arroz t.1	3 kg	2,10	6,30	2,18	6,54	1,90	5,70
Suco em caixa	1l	3,85	3,85	3,39	3,39	3,89	3,89
Farinha de Trigo	1 ,5 kg	2,78	4,17	2,29	3,44	2,39	3,59
Batata Inglesa	4 kg	3,00	12,00	2,59	10,36	1,99	7,96
Tomate comum	8 kg	2,93	23,44	3,69	29,52	2,98	23,84
Cebola comum	2,5 kg	2,63	6,58	3,29	8,23	2,69	6,73
Cenoura	1 kg	1,47	1,47	1,39	1,39	1,59	1,59
Ovo branco – Dz	1	2,19	2,19	3,39	3,39	1,69	1,69
Banana prata	5 kg	2,16	10,80	2,89	14,45	1,89	9,45
Laranja pêra	2,5 kg	0,69	1,73	0,89	2,23	0,38	0,95
Limão	0,5 kg	3,48	1,57	3,49	1,75	1,49	0,75
Maracujá azedo	0,5 kg	7,38	3,69	5,29	2,65	4,99	2,50

Pó de café	2,4 kg	9,18	22,03	12,50	30,00	9,98	23,95
Açúcar refinado	3 kg	1,83	5,49	2,05	6,15	1,65	4,95
Pão francês	6 Kg	4,90	29,40	4,99	29,94	3,48	20,88
Óleo de soja 900ml	1	2,56	2,56	2,39	2,39	2,39	2,39
Leite condensado lata *	1	2,09	2,09	1,95	1,95	1,89	1,89
Manteiga	0,6 Kg	16,00	9,60	19,95	11,97	14,95	8,97
Achocolatado 400g	1	2,58	2,58	3,55	3,55	2,89	2,89
Coca-cola 2 l	1,5	3,36	5,04	3,49	5,24	3,19	4,79
Queijo muçarela fatiado *	1 Kg	11,98	11,98	14,90	14,90	10,99	10,99
Sabonete 90 g	4	0,59	2,36	0,77	3,08	0,69	2,76
Detergente 500 ml	4	0,85	3,40	0,85	3,40	0,79	3,16
Sabão em pó 1 kg	2	4,98	9,96	4,98	9,96	4,98	9,96
Total da Cesta			291,56		353,76		260,86

* Produtos similares com marcas diferentes.

Fonte: O autor

ANEXO A

Estatuto da Cooperativa de consumo dos Bancários de Araçatuba – Coopbanc,
Aprovado na Assembléia Geral Extraordinária, realizada em 10 de outubro de 2007

ANEXO B

Ata da Assembléia Geral Extraordinária da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba – Coopbanc, realizada em 01 de março de 2008.

Trata da eleição dos membros do Conselho de Administração.

ANEXO C

Ata da Reunião Extraordinária do Conselho de Administração da Cooperativa de Consumo dos Bancários de Araçatuba – Coopbanc, realizada em 01 de abril de 2008.

Trata da definição de função dos cargos de cada diretor efetivo e membros suplentes.

ANEXO D

Ata da Assembléia Geral Ordinária da Cooperativa de Consumo dos Bancários de
Araçatuba – Coopbanc, realizada em 24 de março de 2009.

Trata da aprovação do Relatório do Conselho de Administração, Balanço Patrimonial
e Parecer do Conselho Fiscal, destinação das sobras do exercício de 2008 e eleição
de membros do Conselho Fiscal efetivos e suplentes.