

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS DE PATO BRANCO
GERÊNCIA DE PESQUISA E PÓS GRADUAÇÃO
VII CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO CONTÁBIL E FINANCEIRA

TIAGO RODRIGO PARCIANELLO

**BALANÇO SOCIAL PARA A COOPERATIVA DE CRÉDITO DOS
ASSOCIADOS DE LIVRE ADMISSÃO DO VALE DO IGUAÇU –
SICOOB VALE DO IGUAÇU**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO

PATO BRANCO

2012

TIAGO RODRIGO PARCIANELLO

**BALANÇO SOCIAL PARA A COOPERATIVA DE CRÉDITO DOS
ASSOCIADOS DE LIVRE ADMISSÃO DO VALE DO IGUAÇU –
SICOOB VALE DO IGUAÇU**

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização apresentado como trabalho final para o VII Curso de Especialização em Gestão Contábil e Financeira da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus de Pato Branco, Gerência de Pesquisa e Pós Graduação.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando Casagrande

PATO BRANCO

2012

A todos os heróis, lutadores, sonhadores e idealizadores do cooperativismo.

A todos meus colegas e amigos do VII Curso de Especialização em Gestão Contábil e Financeira.

RESUMO

PARCIANELLO, Tiago Rodrigo, Balanço Social para a Cooperativa de Crédito dos Associados de Livre Admissão do Vale do Iguaçu – Sicoob Vale do Iguaçu. 2012. VII Curso de Especialização em Gestão Contábil e Financeira da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus de Pato Branco, Gerência de Pesquisa e Pós Graduação.

O presente artigo apresenta a abordagem teórica a respeito do balanço social, cooperativismo e seus princípios, bem como as mudanças no meio onde as empresas estão inseridas. Mudanças ligadas a competitividade, valorização das pessoas e da comunidade por consequência das próprias empresas. Com a caracterização da empresa, de suas características, orientada pelos princípios do cooperativismo, destacou-se aqui o interesse pela comunidade relacionado com o balanço social no papel de ferramenta para divulgar as ações tomadas pela cooperativa, bem como mensurar seu desempenho na área. Após a elaboração do balanço social, pelo modelo lbase, pode-se tirar as conclusões sobre estas questões tão importantes estrategicamente para o futuro da cooperativa e de sua relação com o ambiente que a rodeia.

Palavras-chave: Balanço Social, Cooperativismo, Princípios, Comunidade, Cooperativa.

ABSTRACT

PARCIANELLO, Tiago Rodrigo, Social Balance for the Associates of the Vale do Iguaçu Free Admission Credit Cooperative – Sicoob Vale do Iguaçu. 2012. VII Accounting and Financial Continuing Education Course of the Federal Technological University of Paraná, Campus of Pato Branco, Research and Continuing Education Management.

The following project presents the theoretical approach regarding social balance, cooperative and its principles, as well as the changes in the environment where the companies are inserted. Changes linked to competitiveness, respect towards the community's and people's values due to the companies themselves. With the characterization of the companies, it's characteristics, guided by cooperative principles, the interest in the community was highlighted here in relation to the social balance as a tool do advertise actions taken by the cooperative, as well as to measure the performance in the area. After the preparation of the social balance, from the lbase model, conclusions will be drawn from these such strategically important matters for the future of the cooperative and its relationship with its surroundings.

Key-words: Social Balance, Cooperative, Principles, Community.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Ramos de Cooperativas no Brasil em 2010	17
Tabela 2 – Balanço Social do Sicoob Vale do Iguaçu 2009 e 2010	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	8
1.2 TEMA PROBLEMA.....	8
1.3 OBJETIVOS	9
1.3.1 Objetivo Geral	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
1.4 JUSTIFICATIVA	9
1.5 METODOLOGIA.....	10
1.5.1 Estudo de Caso	10
1.5.2 Método de Trabalho	10
2 REVISÃO LITERÁRIA	11
2.1 BALANÇO SOCIAL	11
2.1.1 Objetivos do Balanço Social.....	12
2.1.2 Balanço Social na Cooperativa	13
2.1.3 Balanço Social lbase para Cooperativas.....	14
2.2 A HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO	15
2.2.1 Princípios do Cooperativismo.....	18
3 ESTUDO DE CASO	20
3.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	20
3.2 COLETA DE DADOS	21
3.3 BALANÇO SOCIAL DA COOPERATIVA	21
3.4 ANÁLISE DE RESULTADOS	23
4 CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	26

1 INTRODUCAO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A prática da responsabilidade social surgiu para evidenciar que as empresas estão interessadas em permanecer no ambiente onde estão inseridas, realizando ações em prol do bem estar comum, da sociedade, dos interesses da população.

É nesse contexto que surge o Balanço Social, que serve para demonstrar tais ações para os usuários interessados, sejam eles do corpo funcional, internos ou externos.

No Brasil ele não é muito utilizado e nem obrigatório, porém algumas empresas vêm aderindo a ele devido à preocupação com o meio ambiente e com seu corpo funcional.

As empresas cooperativas, segundo o seu sétimo princípio, interesse pela comunidade, possuem a responsabilidade de produzir melhorias no ambiente e na comunidade onde está inserida.

O presente trabalho visa a elaboração de um Balanço Social para a Cooperativa de Créditos dos Associados de Livre Admissão do Vale do Iguaçu – Sicoob Vale do Iguaçu, através de referencial teórico e com base no levantamento de dados junto a cooperativa.

De posse do Balanço Social, pretende-se analisar as informações e buscar melhorias para que o Sicoob Vale do Iguaçu possa utilizá-lo como ferramenta de divulgação, medidor de desempenho e diferencial competitivo.

1.2 TEMA PROBLEMA

O Sicoob Vale do Iguaçu pode se utilizar do Balanço Social como ferramenta para atender o princípio do cooperativismo “Interesse pela Comunidade” e demonstrar a comunidade o resultado de seu trabalho?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Elaborar um Balanço Social para a Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados do Vale do Iguaçu – Sicoob Vale do Iguaçu.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Pesquisar Balanço social;
- Fazer estudo sobre os princípios do cooperativismo;
- Evidenciar o Balanço Social do Sicoob Vale do Iguaçu;
- Associar o Balanço Social como instrumento de divulgação das ações da cooperativa em atendimento ao seu sétimo princípio – Interesse pela Comunidade.

1.4 JUSTIFICATIVA

A instituição cooperativa não é nenhuma novidade. Mas é atualmente que essa forma de organização de trabalho, de produção, de comercialização, de crédito, de consumo e mesmo da prestação de serviços ganha nova vitalidade. Em meio a um mercado cada vez mais competitivo, a perspectiva de agregação de recursos via cooperação e gestão compartilhada apresenta-se como uma resposta crescente dos trabalhadores, empreendedores, poupadores, consumidores e usuários dos diversos setores e ramos da economia.

O crescimento do cooperativismo no mundo e no Brasil é embasado pelos sete princípios universais do cooperativismo. Princípios estes que são basicamente os mesmos desde o surgimento do cooperativismo no século XVIII.

O sétimo princípio, e também objeto do cooperativismo é o **Interesse pela Comunidade**, que reflete a preocupação e a responsabilidade da entidade cooperativa em melhorar a vida dos seus associados e do ambiente que a envolve.

As cooperativas, inclusive o Sicoob Vale do Iguaçu, possuem diversas ações e beneficiam muito a comunidade onde está envolvida, através de seus

colaboradores, benefícios diretos aos associados, pela educação, distribuição de sobras, investimentos entre outros.

Neste caso é que o balanço social surge também como ferramenta muito importante para auxiliar a cooperativa a tornar pública todas estas ações, bem como medir o desempenho da entidade através dos anos no que tange a responsabilidade social de forma transparente e sistemática.

1.5 METODOLOGIA

A definição da metodologia de pesquisa empregada para a realização deste trabalho foi baseada nos objetivos propostos para sua elaboração.

Na concepção de Gil (2009, p. 17) pesquisa define-se como “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.”

1.5.1 Estudo de Caso

Segundo Gil (2009, p. 54) o estudo de caso “Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.”

A idéia é reforçada por Bauren (2009, p. 84) “caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado de um único caso. Esse estudo é preferido por pesquisadores que desejam aprofundar seus conhecimentos a respeito de determinado caso específico.”

Grande parte das pesquisas se utilizam do estudo de caso, pois visam a configuração, a análise e a aplicação de teorias e instrumentos.

1.5.2 Método de Trabalho

Tendo como base para a realização do trabalho o estudo de caso, esta proposta de desenvolvimento de um Balanço Social para o Sicoob Vale do Iguaçu foi estruturada da seguinte forma:

- Levantamento de material bibliográfico: Nesta etapa levantou-se a literatura acerca do assunto. A partir desse material desenvolveu-se a revisão literária que serviu de sustentação para a proposta apresentada.

- Caracterização da empresa: Nessa fase estudaram-se as características da empresa, bem como seu histórico, missão, visão e valores através de observação livre.

- Levantamento das Informações: Em visitas ao setor de contabilidade da empresa, levantou-se informações contábeis, de recursos humanos, do histórico necessárias para a elaboração do balanço social.

- Desenvolvimento do Balanço Social: Com base no estudo aprofundado do referencial teórico, e nas características da organização, obtiveram-se os dados para a elaboração de um balanço social para o Sicoob Vale do Iguaçu.

2 REVISÃO LITERÁRIA

2.1 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social O Balanço Social se caracteriza pela demonstração das práticas de responsabilidade social, ou seja, por meio desse instrumento a empresa torna pública as ações sociais que empreende com os seus diversos parceiros: empregados, comunidade, meio ambiente, entre outros.

Foi a partir de 1960 que os trabalhadores da Europa e dos Estados Unidos começaram a questionar o desempenho financeiro, econômico e social das organizações. Passaram a solicitar informações relativas aos aspectos sócias e de emprego. Foi na França, a partir de 1977 que se tornou obrigatório o Balanço Social para alguns tipos de empresa, este inicialmente, evidenciava basicamente informações de recursos humanos.

O Balanço social é um instrumento que demonstra os gastos e as influencias recebidas e transmitidas pelas entidades na promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e para a comunidade onde está inserida.

O Balanço Social tem por objetivo ser equitativo e comunicar informação que satisfaça à necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, física, de produtividade e de qualidade. (TINOCO, 2001, p. 34).

O Balanço Social se apresenta como um demonstrativo fundamental para a avaliação dos elementos integrantes do contexto de desenvolvimento local.

Fazendo uso da metodologia, a empresa avalia seus investimentos na área social, ao mesmo tempo que passa para a população esses resultados.

De acordo com Taylor (1980, p. 38), o Balanço Social pode assumir diversos objetivos de acordo com o envolvimento da empresa na área social. Estes podem ser resumidos em:

Instrumento de Diálogo e Comunicação: a empresa, quando assume suas responsabilidades sociais, desenvolve um processo de comunicação contínua e permanente com os componentes da sua inter-relação interna e externa.

Instrumento de Gestão Social: quando a empresa decide atuar no plano social empresarial, porque compreende a importância que tem, o interesse humano vai acompanhar todas as suas ações. A análise, o planejamento e o controle da gestão social serão constantes.

Instrumento de Relações Públicas das Organizações: uma publicidade positiva, usada pela empresa para divulgar os resultados efetivos no âmbito da sua ação social e não com a finalidade de persuadir a população, mostrando fatos isolados que pouca importância apresentam no conjunto das suas ações com os seus parceiros. O Balanço Social deve retratar o todo e não as partes.

2.1.1 Objetivos do Balanço Social

O balanço patrimonial tem por finalidade mostrar a realidade da empresa, tudo que ela tem em seu patrimônio, qual é a situação em cada ano, qual foi seu desenvolvimento, entre outras informações, como de ordem financeira, patrimonial e econômica.

Essas informações não são suficientes para os usuários que necessitam saber sobre o cunho social e ecológico, quanto essa empresa retribui de seus ganhos para a sociedade ou o meio ambiente. É nessa linha de raciocínio que surge o Balanço Social, para suprir tais necessidades de informações.

Já o balanço social é um documento que reflete da situação social na empresa, ele testemunha o clima que a rege, a relação da empresa com o universo que a rodeia através de dados confiáveis metodologicamente demonstrados. Seus principais objetivos são:

- Revelar a estratégia de crescimento e sobrevivência da entidade;

- Demonstrar, com os indicadores quais são as contribuições à qualidade de vida da população;
- Evidenciar os investimentos com pesquisas e tecnologias;
- Aumentar a confiança da entidade para com a sociedade;
- Melhorar o sistema de controle interno, fazendo com que sejam tomadas decisões de acordo com o gerenciamento social e ecologicamente correto;
- Demonstrar a comunidade onde a empresa está inserida, as ações, investimentos e preocupação com as pessoas e o meio ambiente.

O balanço social relata informações a todos as pessoas relacionadas a empresa. Aos investidores e fornecedores indica como ela encara suas responsabilidades quanto aos recursos humanos. Aos consumidores mostra o interesse de seus dirigentes na qualidade do produto ou serviço comercializado. Aos seus dirigentes fornece informações para embasar as tomadas de decisões quanto aos programas sociais que a empresa tenha ou vai participar. Aos trabalhadores, que são parte essencial para o desenvolvimento da mesma, mostrando o interesse da empresa em seu desenvolvimento e bem estar.

2.1.2 Balanço Social na Cooperativa

Existem empresas que são motivadas a elaborar o balanço social devido a sua real preocupação com o ambiente que o acerca e para demonstrar essa preocupação. Já outras são motivadas fundamentalmente pela busca da maximização da riqueza que, que no caso, envolve a criação, desenvolvimento e apoio de ações que beneficiam a sociedade de alguma forma. O intuito é melhorar a sua imagem, ou valor de mercado, para se manterem aceitas por seus clientes. Isso porque ser uma empresa “responsável” resulta numa imagem positiva, na fidelidade dos empregados e reforça os laços com clientes. Não é objetivo deste trabalho o julgamento desta questão, tendo em vista que de qualquer forma a sociedade é beneficiada, e sim, no quanto esta ferramenta pode auxiliar a cooperativa.

Nas cooperativas, o interesse pela comunidade é um princípio que fundamenta a existência deste tipo de organização e é a mola que impulsiona as ações desenvolvidas na comunidade, é a satisfação dos interesses e do bem estar dos associados.

Pode-se dizer que, pelo fato das cooperativas possuírem áreas de atuação predefinidas por assembleia e estatuto, as ações de interesse social tomadas pela cooperativa, geram um resultado mais direto, que pode ser visível nitidamente nestas comunidades onde a cooperativa atua.

Pode-se exemplificar esta situação onde, em atendimento ao princípio de interesse pela comunidade, a cooperativa realiza alguma ação ou projeto em sua área de atuação, através de um serviço ou curso para seu cooperado. Entende-se que as mudanças provocadas pela cooperativa, possam melhorar a qualidade de vida do cooperado e de sua família. Por consequência, isso melhora a cooperativa, tendo em vista que o associado é dono da cooperativa.

No estudo de caso proposto, a cooperativa pode-se utilizar do balanço social como instrumento de relações públicas da organização, divulgando os resultados das ações tomadas, fortalecendo sua imagem e seu valor, mediante ao meio ambiente, aos associados, aos colaboradores, enfim, a todo o ambiente que o rodeia. Considerando que ao praticar ações social e ambientalmente responsáveis, a cooperativa se valida do direito de divulgá-las.

Por efeito da demonstração do balanço social a cooperativa poderá:

- Fortalecer a sua imagem e marca tornando pública e transparente suas ações internas e externas;
- Avaliar o seu próprio desempenho, no que se refere ao sétimo princípio do cooperativismo;
- Diferenciação perante aos concorrentes;
- Geração de mídia espontânea;
- Fidelização dos associados;
- Fidelização e satisfação dos colaboradores;
- Aumentar o interesse de pessoas que não são, a se tornarem associados.

Entende-se então que esta ferramenta pode trazer diversos benefícios a cooperativa, desde que elaborado de forma metodológica e que seja disseminada para todos os envolvidos.

2.1.3 Balanço Social Ibase para Cooperativas

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, Ibase, desenvolveu em parceria de diversos representantes de empresas públicas e

privadas um modelo de balanço social para cooperativas. Este modelo, disponível de forma gratuita para *download*, (www.balancosocial.org.br), tem a vantagem de estimular todas as empresas a divulgar seu balanço social, independente do tamanho e setor, devido a sua forma simples, clara e objetiva.

Os indicadores que servem de base para a elaboração Balanço Social das Cooperativas lbase são:

Indicadores de Corpo Funcional: demonstra o relacionamento da empresa com seus colaboradores, qual a valorização dada a cargos de chefia para grupos, como mulheres, negros e portadores de deficiência;

Indicadores de Gestão da Organização: São indicadores que demonstram a forma da gestão por parte das lideranças da cooperativa, a respeito das decisões de assembléia, distribuição das sobras, planejamento, etc.

Indicadores Econômicos: Demonstram dados econômicos e financeiros, como receita bruta, patrimônio da cooperativa e dos sócios, folha de pagamento, sobras fundos existentes, etc.

Indicadores Sociais Internos: Referem-se a todos os benefícios gerados a seus empregados, como alimentação, previdência privada, plano de saúde, educação, cultura, participação nos lucros e distribuição das sobras nos casos de cooperativas à seus cooperados, entre outros;

Indicadores Sociais Externos: Demonstram os investimentos da cooperativa para com a sociedade, como, educação, cultura, saúde, esporte, combate a fome, campanha do agasalho, etc.

Outras Informações: Espaço disponível para se divulgar outras informações relevantes da cooperativa.

2.2 A HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO

Cooperativa é a união de pessoas. O surgimento das cooperativas ou do cooperativismo está estreitamente ligado a Revolução Industrial que ocorreu nos séculos XVIII na Inglaterra. Esta época ficou marcada pelos inúmeros benefícios gerados em relação ao desenvolvimento tecnológico nas mecanizações das indústrias, das comunicações, transportes e também de novos modelos sociais e econômicos. Em rigor, nesta época não havia barreiras para as transações

comerciais e industriais o que facilitava a formação de grandes fortunas aos já donos do capital. Por outro lado, estes fatos produziam uma vasta camada social de trabalhadores mal remunerados e indigentes.

A Inglaterra pedia lucros e recebia lucros. Tudo se transformava em lucro. As cidades tinham sua sujeira lucrativa, suas favelas lucrativas, sua fumaça lucrativa, sua desordem lucrativa, seu desespero lucrativo... Pois a nova cidade não era mais um lar onde o homem pudesse achar beleza, felicidade, lazer, conhecimento, religião e as influencias que civilizavam a visão e o hábito, mas um lugar desolado, sem cor, ar ou riso, onde o homem, a mulher e a criança trabalhavam, comiam e dormiam... As novas fábricas e os novos altos-fornos eram como as pirâmides, mostrando mais a escravidão do homem do que seu poder, lançando sua longa sombra sobre a sociedade. (Deane 1925 apud MENEZES, 2005, p. 20).

Foi diante de tantos problemas, que um grupo de 28 pessoas, a maioria operários das fábricas de tecelagem, fundou uma sociedade e inaugurou em 21/12/1844, uma espécie de armazém comunitário, ou “cooperativo” para atender a seus membros com estoques de manteiga, açúcar, farinha de trigo, aveia, velas de sebo, carvão, entre outros produtos. Esta sociedade adquiria produtos em grande quantidade em atacado e repassava os produtos a seus sócios com melhores preços.

Foi assim, que pensando juntos sobre seus problemas comuns e aflições que através da ajuda mútua e da solidariedade nasceu a *Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale*, na pequena cidade de Rochdale, distrito de Lancashire, periferia de Manchester, na Inglaterra.

Antes que se iniciassem as atividades da *Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale*, houve muito planejamento. Durante um ano esses membros planejaram e juntaram uma libra cada um até que juntaram as 28 libras, o capital inicial da sociedade. Os Pioneiros tiveram ampla e clara visão de futuro ao imaginar, planejar e realizar um projeto de união de pessoas para resolver seus problemas comuns.

Estabeleceram para a Sociedade, ou seja, para si mesmos, um regimento e normas de conduta com regras severas de comportamento. E tiveram a feliz intuição de que, além de ser imperioso melhorar a situação econômica das pessoas, imperioso também era melhorar as pessoas dando-lhes educação. (MENEZES, 2005, p. 30)

Esse foi o início da história do cooperativismo, que cresceu muito no passar do tempo, e em todo o mundo.

No Brasil, o movimento cooperativista começou na área urbana, com a criação da primeira cooperativa brasileira que se tem registro. Trata-se da Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, fundada em 1889 na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais.

Em 1902, surgiram as cooperativas de crédito no Rio Grande do Sul, por iniciativa do padre suíço Theodor Amstadt. A partir de 1906, nasceram diversas cooperativas no meio rural, idealizadas por produtores, muitos deles de origem alemã e italiana. Os imigrantes trouxeram de seus países de origem a bagagem cultural, o trabalho associativo, e a experiência de atividades familiares comunitárias, que os motivaram a organizar-se em cooperativas.

Existem 13 ramos de cooperativas no Brasil, e estas são uma realidade crescente em todo o país como mostra a tabela abaixo.

Tabela 1 – Ramos de Cooperativas no Brasil em 2010

Ramo de Atividade	Cooperativas	Associados	Empregados
Agropecuário	1.548	943.054	146.011
Crédito	1.064	4.019.258	56.178
Trabalho	1.024	217.127	3.879
Transporte	1.015	321.893	10.787
Saúde	852	246.265	56.776
Educacional	302	57.547	3.349
Habitacional	242	101.071	1.676
Infraestrutura	141	778.813	5.775
Produção	235	11.454	3.669
Consumo	123	2.297.218	9.892
Mineral	63	20.792	144
Turismo e Lazer	31	1.368	32
Especial	12	397	14
Total	6.652	9.016.257	298.182

Fonte: Brasil Cooperativo (2012)

2.2.1 Princípios do Cooperativismo

O crescimento do movimento cooperativista não se deu em vão. É fruto de planejamento, trabalho e muito esforço dos associados. Todo esse crescimento se deu baseado nos sete princípios universais do cooperativismo.

Adesão Livre e Voluntária: Qualquer pessoa pode se tornar associada de uma cooperativa, desde que o faça de forma livre e espontânea e atenda os requisitos previstos no estatuto da entidade. Ninguém pode ser impedido de ingressar em uma cooperativa em virtude da não aceitação por parte dos sócios, independente de classe social, raça, partido político ou religião. As cooperativas são organizações voluntárias abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio.

Gestão Democrática: A cooperativa é administrada por todos os sócios através de representantes eleitos para conduzi-la, mas acima de tudo pela Assembléia Geral, que é o órgão máximo da cooperativa. Na assembléia geral discute-se os assuntos mais relevantes da entidade, e as decisões são tomadas democraticamente, onde cada associado tem direito a um voto, independente de sua situação financeira. O direito do voto é decorrente do simples ingresso na cooperativa, sendo igual para todos.

Participação Econômica: Todos os sócios participam na constituição financeira da cooperativa através da integralização de capital social, ou quotas partes. Além disso, os associados participam dos resultados obtidos ao final de cada exercício, seja através da distribuição de sobras aos cooperados, seja através de investimentos feitos com tal sobra em prol da cooperativa. Na distribuição de sobras não tem relevância o valor de capital social que o associado tenha integralizado, mas a sua participação nas atividades da empresa.

Autonomia e Independência: A cooperativa não pode vincular-se de forma subordinada a nenhuma entidade ou pessoa estranha a seu quadro social. Pode firmar convênios, parcerias, acordos ou mecanismos para ampliar suas atividades e melhorar as condições de serviços aos cooperados. Entretanto, deve-se sempre respeitar a autonomia da cooperativa, bem como pelos associados através de seus representantes e assembléias. No ramo das cooperativas de crédito, apenas, existe o controle e a fiscalização do Banco Central, tendo em vista que estas são Instituições Financeiras.

Educação, Formação e Informação: Todos aqueles que ingressam numa cooperativa precisam ter clareza sobre a doutrina cooperativista, sobre o funcionamento da sua cooperativa, seus direitos, seus deveres e formas de participação. Este princípio é de fundamental importância para que esse conhecimento permeie a todos os associados, visando difundir o conhecimento, para que os associados dêem continuidade e sustentação a entidade. Esse é o desafio encontrado hoje pelas cooperativas, mesmo não sendo o objetivo deste artigo, haja em vista que muitas pessoas tornam-se sócias de uma cooperativa, mas não tem o conhecimento, e não foram informadas sobre as características deste negócio. O princípio da Educação, Formação e Informação será determinante para que as cooperativas prosperem.

Intercooperação: Este princípio prevê que a união e a cooperação sejam realizadas não apenas entre os membros de uma cooperativa, mas também pelas cooperativas entre si, através de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

Interesse pela Comunidade: Este princípio faz parte do objeto deste trabalho, ele prevê que um dos principais objetivos da cooperativa é a melhoria das condições de vida de seus associados. A cooperativa não pode ser voltada apenas ao mercado, visando obtenção de resultados, deve sim crescer e prosperar, mas sem perder o foco: o associado. Meinem e Souza (2010, p. 36) destacam que acima de tudo, as cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado de seus associados e das comunidades onde estão inseridas, por meio das políticas aprovadas pelos membros.

Da definição acerca da Preocupação com a Comunidade, cabe destacar dois aspectos. Em primeiro lugar, as cooperativas, como organizações de pessoas, tendem a estar vinculadas estreitamente à comunidade onde os cooperados residem, e desta maneira, o desenvolvimento desta comunidade reflete-se diretamente nos cooperados. O segundo aspecto diz respeito à maneira de decidir como a cooperativa deverá agir na comunidade. Isso porque, as próprias políticas de ação devem ser aprovadas por seus membros, ou seja, este princípio deve ser aplicado em conjunto com o da Gestão Democrática. (CANÇADO, JUNIOR, RIGO, 2008, p. 8)

3 ESTUDO DE CASO

3.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Cooperativa de Crédito Mútuo dos Servidores Públicos de Dois Vizinhos – Sicoob Creserv foi fundada no dia 14 de Maio de 1996, conforme sua ata de constituição. Nesta data foi eleita a primeira diretoria da cooperativa, a qual era presidida por Adilso Augustinho Carniel. Como outros membros da diretoria foram eleitos: Johanes Ricardo Lange como tesoureiro; Maria Helena Alff como Secretária. O conselho fiscal era formado por Antonio Domingos Carniel, Clamir Paulo Cavazotto e Edemar de Lima.

O Sicoob Creserv foi fundado por 21 sócios inicialmente, onde cada um integralizou como cota parte o valor de R\$ 28,00 (vinte e oito reais), totalizando um capital social inicial de R\$ 588,00 (quinhentos e oitenta e oito reais).

Na época de constituição, a sede da cooperativa era na Av. Rio Grande do Sul, 956, no município de Dois Vizinhos.

No dia 14 de Novembro de 2009 através de sua Assembléia Geral Extraordinária, a cooperativa passou uma transformação muito significativa. Através desta AGE, a cooperativa que antes era formada por servidores públicos agora transformou em cooperativa de livre admissão, inclusive houve mudança na razão social, denominada agora de Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados do Vale do Iguaçu – Sicoob Vale do Iguaçu.

O Sicoob Vale do Iguaçu por se tratar de uma instituição financeira cooperativa, e justamente por essa característica cooperativa tem sua área de atuação limitada aos municípios de Dois Vizinhos, Boa Esperança do Iguaçu, Cruzeiro do Iguaçu, Salto do Lontra, São Jorge D'Oeste, Nova Prata do Iguaçu, Santa Izabel, Realeza, Planalto e Capanema.

A estrutura da cooperativa é composta por dois órgãos estatutários, o Conselho de Administração formado pelo Diretor Presidente, conselheiros e diretores executivos. E o Conselho Fiscal que possui 6 (seis) membros, sendo 3 (três) efetivos e 3 (três) suplentes.

No que tange a organização sistêmica, o Sicoob Creserv faz parte do Sicoob Central Paraná - SicoobPR e do Banco Cooperativo do Brasil S/A – Bancoob.

O cooperativismo de crédito tem obtido nos últimos anos um desenvolvimento muito significativo, e com o Sicoob Vale do Iguaçu não tem sido diferente, pois tem tido um crescimento tanto econômico quanto financeiro muito bom, o que é resultado de planejamento e foco por parte da diretoria e executivos.

Atualmente o Sicoob Vale do Iguaçu conta com 8 (oito) PAC,s (Ponto de Atendimentos Cooperativos), sendo 2 (dois) no Município de Dois Vizinhos, 1 (um) em São Jorge D'Oeste, 1 (um) em Nova Prata do Iguaçu, 1 (um) em Cruzeiro do Iguaçu, 1 (um) em Boa Esperança do Iguaçu, 1 (um) em Salto do Lontra e 1 (um) em Realeza. E para dar suporte aos PAC's, possui a controladoria no município de Dois Vizinhos.

O sucesso da cooperativa se reflete em números, sendo que dos R\$ 588,00 (quinhentos e oitenta e oito reais) de capital integralizados inicialmente, no mês de Dezembro de 2011 a cooperativa administrava aproximadamente R\$ 24.000.000,00 (vinte e quatro milhões de reais).

3.2 COLETA DE DADOS

A coleta dos dados necessários para a elaboração do Balanço Social, foi feita pessoalmente junto ao setor de contabilidade do Sicoob Vale do Iguaçu, mediante autorização dos diretores da cooperativa. Na coleta de dados pode-se observar diversos detalhes e a complexidade da realização da contabilidade devido a característica inerente a organização, tendo em vista que existem 8 (oito) PAC's em municípios distintos.

3.3 BALANÇO SOCIAL DA COOPERATIVA

Para a elaboração do Balanço Social do Sicoob Vale do Iguaçu, utilizou-se o modelo Ibase de Balanço Social para Cooperativas, De posse das informações contábeis, de recursos humanos pode-se desenvolver com o auxílio da cooperativa o Balanço Social da cooperativa.

Tabela 2 – Balanço Social do Sicoob Vale do Iguaçu 2009 e 2010

(continua)

Balanço Social Anual das Cooperativas / 2010



1 - Identificação						
Nome da cooperativa: Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados do Vale do Iguaçu - Sicoob Vale do Iguaçu						
CNPJ: 01480.754/0001-59						
Tempo de existência: 15 anos						
Responsável pelo preenchimento: Ana Cláudia Grahl						
Ramo de atividade: (X) crédito						
Atuação da cooperativa: (X) regional						
2 - Indicadores de Corpo Funcional	2010			2009		
	Cooperados(as)	Empregados(as)	Nº TOTAL	Cooperados(as)	Empregados(as)	Nº TOTAL
Nº de pessoas na cooperativa (em 31/12)	4490	40	4530	4199	35	4234
Nº de admissões durante o período	566	12	578	591	9	600
Nº de saídas e demissões durante o período	275	7	282	217	5	222
Nº de trabalhadores(as) terceirizados(as)		0			0	
Nº de pessoas com funções administrativas	0	12	12	0	2	2
Nº de mulheres que trabalham na cooperativa	0	24	24	0	22	22
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	0,0%	43,8%	43,8%	0,0%	53,9%	53,9%
Remuneração média das mulheres	-	1.707,21		-	1.318,55	
Remuneração média dos homens	-	2.084,04		-	1.830,79	
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	0	0	0	0	0	0
3 - Indicadores de organização e gestão	2010			2009		
Procedimento para integralização das quotas-partes	(x) pagamento à vista (x) parcelado na conta			(x) pagamento à vista (x) parcelado na conta		
Valor da maior remuneração repassada ao(à)	1467,60			3.752,51		
Valor da menor remuneração repassada ao(à)	-			-		
Valor do maior salário pago ao(à) empregado(a)	3.544,45			2.867,35		
Valor do menor salário pago ao(à) empregado(a)	593,82			546,98		
Destino das sobras	(X) rateio entre os(as) cooperados(as) fundos (X)			(X) rateio entre os(as) cooperados(as) fundos (X)		
Fundos existentes	(X) fundo de reserva (x) fundo de assistência técnica e educacional			(X) fundo de reserva (x) fundo de assistência técnica e educacional		
Espaço de deliberação sobre o destino das sobras ou débitos	(X) assembleia			(X) assembleia		
Parâmetro utilizado para distribuição das sobras entre os(as) cooperados(as)	(X) proporcional às quotas-partes (X) de acordo com a movimentação na cooperativa			(x) proporcional às quotas-partes (x) de acordo com a movimentação na cooperativa		
Quantidade de assembleias realizadas	1			1		
Frequência média nas assembleias pelos(as)	6,2%			6,7%		
Decisões submetidas à assembleia	(x) destino das sobras ou perdas (x) Remuneração de conselho administração e fiscal			(x) destino das sobras ou perdas (x) Remuneração de conselho administração e fiscal		
Renovação dos cargos diretivos	(x) no mínimo 1/3 a cada dois anos			(x) no mínimo 1/3 a cada dois anos		
Frequência do(s) instrumento(s) de prestação de contas	(x) anual			(x) anual		
Critério principal para admissão de novos(as) cooperados(as)	(x) não estar cadastrado nos órgãos de proteção ao Crédito (SPC, SERASA e SisBacen)			(x) não estar cadastrado nos órgãos de proteção ao Crédito (SPC, SERASA e SisBacen)		
Critério principal para afastamento de cooperados(as)	(x) comportamento cooperativo			(x) comportamento cooperativo		
Espaços de representação do cooperativismo em que a cooperativa atua	(x) OCB			(x) OCB		
A cooperativa apóia a organização de outros empreendimentos de tipo cooperativo	(x) sim, emprestando e doando recursos materiais e/ou humanos			(x) sim, emprestando e doando recursos materiais e/ou humanos		
Principais parceiras e apoios	(x) sindicato (x) Sescop/OCB			(x) sindicato (x) Sescop/OCB		
Principal fonte de crédito	Capital Social, Depósito à Vista e Depósito à Prazo			Prazo		
Número total de acidentes de trabalho	0			0		
Existem medidas concretas em relação à saúde e segurança no ambiente de trabalho?	(x) sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos			(x) sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos		
A participação de cooperados(as) no planejamento da cooperativa:	(x) ocorre em nível de chefia			(x) ocorre em nível de chefia		
A cooperativa costuma ouvir os(as) cooperados(as) para solução de problemas e/ou na hora de buscar soluções?	(x) sim, sem data definida			(x) sim, sem data definida		

Tabela 3 – Balanço Social do Sicoob Vale do Iguaçu 2009 e 2010

(conclusão)

4 - Indicadores econômicos (em R\$)	2010		2009	
Faturamento bruto		5.544.000,00		4.809.000,00
Patrimônio da cooperativa		3.480.000,00		2.851.000,00
Impostos e contribuições		7.100,00		39.000,00
benefícios		236.000,00		166.000,00
Folha de pagamento/salários e encargos		1.690.000,00		1.431.000,00
Valor da quota-parte		2.764.000,00		2.215.000,00
Sobras ou perdas do exercício		134.000,00		304.000,00
Fundos		582.000,00		332.000,00
5 - Indicadores sociais internos (benefícios para cooperados(as) e empregados(as) - em R\$)	2010		2009	
	Cooperados(as)	Empregados(as)	Cooperados(as)	Empregados(as)
Alimentação	23.401,64	203.759,49	19.731,53	185.311,52
Saúde	-	23.020,70	-	14.621,83
Segurança no trabalho	-	65.142,47	-	55.877,61
Vale Transporte	-	1.506,60	-	2.085,27
Capacitação profissional	-	39.924,00	-	26.557,63
Creche ou auxílio-creche	-	3.189,61	-	1.589,68
Outros	-	-	-	-
6 - Indicadores sociais externos (investimentos na comunidade - em R\$)	2010		2009	
Venda de bens e/ou serviços terceirizados		416.000,00		259.000,00
Gastos com ações sociais/doações (financeiras, produtos e/ou serviços)/ajudas humanitárias		34.387,71		21.504,37
Outros		-		-
Total dos investimentos sociais externos		450.387,71		280.504,37
7 - Outras informações				
* Receitas provenientes da reciclagem de papel são revertidas em doações para campanha do Natal, porém não estão contemplados nas demonstrações contábeis.				
* O Sicoob também contribui para a Campanha do Agasalho e Campanha de arrecadação de brinquedos para o dia das crianças.				

Fonte: O autor, adaptado do modelo Ibase.

3.4 ANÁLISE DE RESULTADOS

O Balanço Social, como dito, é uma ferramenta importante, que aos poucos está começando a ser usada e explorada. O Sicoob vale do Iguaçu nunca havia elaborado esse tipo de demonstração de forma padronizada e metodológica.

Com base nas informações apresentadas no balanço Social, pode-se fazer algumas reflexões:

- Nos indicadores do corpo funcional observa-se que mais de 4.500 (quatro mil e quinhentas) pessoas faziam parte diretamente da cooperativa em 2010, como associados e colaboradores;
- Os cargos de chefia ocupados por mulheres chegam a 43% (quarenta e três por cento), o que demonstra que a cooperativa não possui discriminação neste quesito;
- Chamou a atenção a alta rotatividade de funcionários, de 40 (quarenta) houveram 7 (sete) saídas e demissões, o que significa mais de 17% (dezessete por cento);

- Nos indicadores econômicos, chama a atenção que em 2010, mais de 30% (trinta por cento) do faturamento bruto da empresa retornou como salários para seus colaboradores, estes certamente utilizam estes recursos em suas comunidades;
- Nos indicadores sociais internos, percebe-se que a cooperativa devolveu, em 2010, mais de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) em benefícios diretos para seus colaboradores e cooperados.
- Destacou-se a baixa participação dos associados nas assembleias, com uma média de 6,2% (seis vírgula dois por cento) em 2010. Esse número é revelador, e reforça ainda mais a importância da cooperativa expor suas ações e demonstrar o quanto se compromete com a comunidade através do balanço social. Ele se relaciona com o segundo princípio do cooperativismo - Gestão Democrática – percebe-se que é muito baixo o percentual dos cooperados que sabem da importância de sua participação, já que a assembleia é o órgão máximo deliberativo da cooperativa, e onde são tomadas as decisões mais importantes.

Com o balanço social, pode-se também perceber a evolução de um ano para o outro, ainda mais importante, é que a cooperativa se preocupa sim com a sociedade e realiza sua função social através de diversas ações, campanhas e investimentos. Estas por sua vez, são feitas e de certa forma esquecidas, não são aproveitadas, como poderiam, em forma de diferencial estratégico e competitivo, para fortalecer a marca.

Sugerem-se para a cooperativa algumas ações com o objetivo de promover essa ferramenta:

- a) Planejamento das ações relacionadas a comunidade para o ano;
- b) Ajustes na contabilidade, para que fique mais fácil a obtenção dos dados necessários;
- c) Treinamento para diretores e funcionários sobre o Balanço Social, para que estes saibam interpretar as informações ali contidas;
- d) Fazer do Balanço Social um elo de comunicação entre a cooperativa e comunidade, se utilizando dos momentos de interação com os associados – Assembleias e Reuniões – para a divulgação dos resultados;
- e) Anexar junto ao seu relatório anual de atividades a Demonstração do Valor Adicionado e o Balanço Social;

f) Por fim a publicação do Balanço Social, para que este realmente se torne um medidor do desempenho da cooperativa em atendimento de seus princípios e um diferencial competitivo.

4 CONCLUSÃO

A economia moderna, os novos relacionamentos empresariais, o fácil acesso a comunicação e informações exigem das empresas cada vez mais. Elas possuem responsabilidades crescentes em relação aos seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, meio ambiente e a sociedade onde se insere.

As cooperativas possuem em seus princípios e histórico essa “vontade” de melhorar a comunidade e a sociedade onde está inserida como pode se perceber através do histórico do cooperativismo.

Evidenciou-se que o Sicoob Vale do Iguçu possui real preocupação com o desenvolvimento de sua comunidade, não apenas com seus associados, mas com toda a sociedade em sua volta. Evidente também que essas ações e investimento na e para a comunidade não são exploradas a favor da cooperativa, ou seja, o Sicoob Vale do Iguçu possui oportunidades para fortalecer sua marca, sua aceitação, através da externalização do seu interesse pela comunidade.

Conclui-se, conforme objetivos deste trabalho, que o Balanço Social posiciona-se sim como uma ferramenta de grande valia, para que o Sicoob Vale do Iguçu, junto com outras ferramentas, demonstre a importância de suas ações na comunidade. E ainda, que o Balanço Social sirva como um medidor do interesse pela comunidade pela entidade, e que possa reforçar, atender e reafirmar este tão nobre princípio do cooperativismo.

REFERÊNCIAS

BEUREN, Ilse Maria. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

Brasil Cooperativo. Disponível em: http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/brasil_cooperativo/index.asp. Acesso em 24 jan. 2012.

CANÇADO, Airton Cardoso et al. **Princípio da Preocupação com a Comunidade ou Responsabilidade Social para Cooperativas? Uma abordagem baseada na Teoria da Dádiva**. In: V Encontro Latino Americano de Pesquisadores da ACI. 2008, São Paulo. Disponível em: <http://www.fearp.usp.br/cooperativismo/32.pdf>. Acesso em 24 jan. 2012.

FILHO, Saturnino Clementino G. et al. **Responsabilidade Social: Um Enfoque sobre o Balanço Social da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos**. In: 18^o Congresso Brasileiro de Contabilidade. 2008, Gramado. **Anais...** Disponível em: <<http://www.congressocfc.org.br/hotsite/anais/index.html>>. Acesso em 31 Jan. 2012.

GIL, Antonio Carlos Gil. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Edição. São Paulo. Editora Atlas: 2009.

MENEZES, Antônio Nunes. **Nos Rumos da Cooperativa e do Cooperativismo**. Brasília: Editora Confabras, 2005.

Portal do Cooperativismo de Crédito. Disponível em: <<http://www.cooperativismodecredito.com.br/noticias/1970/04/principios-universais-do-cooperativismo.html>>. Acesso em 31 jan. 2012.

SOUZA, João B. L. de; MEINEN, Ênio. **Cooperativas de Crédito: Gestão Eficaz**. Brasília: Editora Confabras, 2010.

TAYLOR, F. W. **Princípios de administração científica**. São Paulo: Editora Atlas, 1980.

TINOCO, José E. P. **Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo: Editora Atlas, 2001.