

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO - FECAP
MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ALEXANDRE AMBROGI

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS SOCIEDADES COOPERATIVAS
BRASILEIRAS:
UMA PROPOSTA DE USO DA DEMONSTRAÇÃO DO VALOR
ADICIONADO - DVA

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Luiz Côrtes

São Paulo

2007

FOLHA DE APROVAÇÃO

ALEXANDRE AMBROGI

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS SOCIEDADES COOPERATIVAS
BRASILEIRAS:
UMA PROPOSTA DE USO DA DEMONSTRAÇÃO DO VALOR
ADICIONADO - DVA**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP,
como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Antônio Benedito Silva Oliveira
Pontifícia Universidade Católica – PUC-SP

Prof. Dr. Anísio Candido Pereira
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP-SP

Prof. Pedro Luiz Côrtes
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP-SP
Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 01 de junho de 2007.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha esposa Lílian Cristina da Cunha pelo carinho e apoio incondicional em todas as fases de minha vida.

RESUMO

Este trabalho objetivou contribuir para a evidenciação das ações de responsabilidade social desenvolvidas pelos empreendimentos cooperativos. Na dissertação explora-se o conceito, a evolução histórica e o registro da responsabilidade social no meio empresarial, ressaltando sua estreita e natural relação com a doutrina cooperativista. Apresenta momentos importantes da história do cooperativismo, salientando o seu surgimento, seus princípios e valores e a consolidação do conceito de empreendimento cooperativo. Sobre a evidenciação e divulgação das ações sociais, o trabalho discorre sobre o Balanço Social e apresenta a Demonstração do Valor Adicionado – DVA, como grande diferencial. Trata-se de pesquisa exploratória, conduzida por meio de um estudo de caso, tendo como base um referencial bibliográfico que situa as cooperativas como empresas de cunho social, que buscam a melhoria de vida de seus membros associados e funcionários, assim como o bem-estar da comunidade onde estão inseridas. O estudo de caso foi desenvolvido numa das mais conhecidas cooperativas do país, fundada em 1954 e constituída por 1.320.684 cooperados, ou seja, 17,86% do total de cooperados no país. Foram utilizados documentos e entrevistas para a coleta de dados, os quais foram analisados quanto a sua adequação ao conceito de responsabilidade social. O problema estudado foi como evidenciar os aspectos sociais no empreendimento cooperativo utilizando-se dos recursos adequados oferecidos pela ciência contábil. Verificou-se, na entidade objeto de estudo, a abrangente preocupação com o social, tanto no âmbito interno, com os cooperados e funcionários, como na relação com a comunidade. Por outro lado, é revelada a insuficiente divulgação de suas ações e projetos de impacto social. Como resultado final, esta dissertação sugere às cooperativas uma composição do Balanço Social, que relata as ações e os investimentos sociais, com a DVA, que relaciona a origem dos recursos financeiros às ações de responsabilidade social e seus verdadeiros e justos beneficiados, aqueles que contribuem com os resultados econômicos do negócio.

Palavras-chave: Cooperativas. Responsabilidade social das empresas. Valor adicionado.

ABSTRACT

The aim of this dissertation is to demonstrate, through the analysis of a specific situation, that Accounting offers adequate ways for cooperative enterprises to make their engagements in social responsibility evident. Basically, it presents cooperatives as social companies that want to promote the improvement of life of their members and employees as well as the well-being of the community they are part of. This dissertation explores the concept, the historic evolution and the record of social responsibility in business, making clear its natural connection with the doctrine of the cooperatives. It gives an account of important moments in the history of cooperative actions, stressing its beginning, main values, and ratification of its concept. About the measuring and the way social actions become known to the public, we refer to the Social Balance Sheet and present the Statement of Value Added – SVA as the best way to prove that social responsibility does occur. Documents and interviews were used, with leaders of the entity study object, for the collection of data, which were analyzed with relationship your adaptation to the concept of social responsibility. The study was developed in one of the more/better known cooperatives of the country, founded in 1954 and constituted by 1,320,684 cooperated, in other words, 17.86% of the cooperated total of the country. Documents and interviews were used, with leaders of the entity study object, for data collection, which were analyzed its adaptation to the concept of social responsibility. The studied problem was how evidencing the social aspects in the cooperative enterprise using the appropriate resources offered by the accounting science. The concern with social affairs is clear internally, with the associates and employees, as much as it is shown when it deals with the community. On the other hand, it also reveals the insufficiency in the way it advertises its deeds and projects of strong social impact. In conclusion, this dissertation suggests that cooperatives should make use of the Social balance Sheet, which lists their good deeds and social investments, together with the SVA, which relates the origin of financial funds to the social responsibility deeds and their real and legally right beneficiaries, that is, those who contribute to the economic results of the business.

Key words: Cooperatives. Social responsibility. Value added.

LISTA DE FIGURA

FIGURA 01 – Estratégia de coleta de informações.....	76
FIGURA 02 – Frequência de acidentes no trabalho com afastamento.....	97

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Características da responsabilidade social interna e externa.....	24
QUADRO 2 - Reformulações dos princípios cooperativistas.....	40
QUADRO 3 – Cooperativismo no Brasil e o IDH.....	53
QUADRO 4 – Balanço Social – panorama internacional.....	58
QUADRO 5 – Demonstração do Valor Adicionado.....	67
QUADRO 6 – Perfil das lojas da COOP.....	86
QUADRO 7 – Evidências da responsabilidade social na legislação e nos princípios cooperativistas.....	90
QUADRO 8 – Evidencias da responsabilidade social no estatuto da COOP	90
QUADRO 9 – Evidencias da responsabilidade social interna na COOP.....	91
QUADRO 10 – Evidencias da responsabilidade social externa na COOP.....	91
QUADRO 11 – Indicador social: ciclo de palestra.....	92
QUADRO 12 – Indicador social: auxílio funeral.....	93
QUADRO 13 – Indicador social: cesta básica.....	94
QUADRO 14 – Indicador social: capacitação funcionários.....	95
QUADRO 15 – Indicador social: escola vai a COOP.....	98
QUADRO 16 – Indicador social: férias na COOP.....	99
QUADRO 17 – Indicador social: apoio a crianças e jovens.....	99
QUADRO 18 – Indicador social: entidades beneficentes.....	100
QUADRO 19 – Indicador social: banco de alimentos.....	100
QUADRO 20 – Indicador social: coleta seletiva de lixo.....	101
QUADRO 21 – Demonstração do Valor Adicionado adaptado às sociedades Cooperativas.....	104

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Situação problema.....	12
1.2 Objetivos.....	14
1.3 Justificativa.....	14
1.4 Metodologia	16
1.5 Delimitação da pesquisa.....	17
1.6 Estrutura do trabalho.....	18
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E A SOCIEDADE COOPERATIVA	20
2.1 A empresa e a responsabilidade social.....	20
2.2 O conceito de responsabilidade social.....	21
2.3 A dimensão da responsabilidade social das empresas	23
2.3.1 Responsabilidade social interna.....	25
2.3.2 Responsabilidade social externa.....	25
2.4 A sociedade cooperativa.....	26
2.4.1 Conceito de empresa cooperativa.....	27
2.4.2 Características específicas do empreendimento cooperativo.....	28
2.4.3 Visão histórica do movimento cooperativista.....	31
2.4.3.1 Robert Owen.....	33
2.4.3.2 Charles Fourier.....	33
2.4.3.3 Louis Blanc.....	34
2.4.3.4 Saint Simon	35
2.4.3.5 Pierre Joseph Proudhon.....	36
2.4.4 O marco histórico de Rochdale.....	37
2.4.4.1 Primeiro princípio – Adesão voluntária e livre.....	41
2.4.4.2 Segundo princípio – Controle democrático pelos sócios.....	42
2.4.4.3 Terceiro princípio – Participação econômica dos sócios.....	43
2.4.4.4 Quarto princípio – Autonomia e independência.....	45
2.4.4.5 Quinto princípio – Educação, treinamento e formação.....	45
2.4.4.6 Sexto princípio – Cooperação entre cooperativas.....	48
2.4.4.7 Sétimo princípio – Preocupação com a comunidade.....	51

3 EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	55
3.1 O conceito de balanço social	55
3.1.1 A evolução histórica do balanço social no Brasil.....	59
3.1.2 Aspecto estrutural do balanço social.....	61
3.2 O conceito do valor adicionado.....	64
3.2.1 A responsabilidade social e a DVA.....	68
4 MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA	72
4.1 Considerações iniciais.....	72
4.2 Caracterização da organização.....	73
4.3 Fase exploratória.....	74
4.4 Pesquisa de campo.....	75
4.5 Fontes e instrumento de coleta.....	76
4.5.1 Relação de documentos.....	77
4.5.2 Roteiro de entrevista.....	77
5 O ESTUDO DE CASO	81
5.1 Histórico da entidade do caso.....	81
5.1.1 Sistema de auto-serviço.....	82
5.1.2 Abertura do quadro associativo.....	83
5.1.3 Consolidação do empreendimento.....	84
5.1.4 Mudança da logomarca.....	85
5.2 Gestão voltada para o social.....	87
5.3 Análise dos dados coletados.....	89
5.3.1 Relação com os cooperados.....	92
5.3.1.1 Ciclo de palestras.....	92
5.3.1.2 Auxílio funeral.....	93
5.3.1.3 Cesta básica.....	93
5.3.2 Relação com os funcionários.....	94
5.3.2.1 Programa de capacitação e aprimoramento do pessoal.....	94
5.3.2.2 Benefício oferecido a funcionários.....	95
5.3.2.3 Cooperativa de crédito.....	96
5.3.2.4 Prevenção de acidentes no trabalho.....	96
5.3.3 Relação com a comunidade.....	97
5.3.3.1 Programa “Escola vai a COOP”.....	98

5.3.3.2 Férias na COOP.....	98
5.3.3.3 Apoio a crianças e jovens.....	99
5.3.3.4 Entidades beneficentes.....	99
5.3.3.5 Banco de alimentos.....	100
5.3.3.6 Coleta seletiva de lixo.....	101
5.3.3.7 Código de ética.....	101
5.4 Divulgação das ações sociais.....	102
5.4.1 Modelo de DVA adaptado às cooperativas.....	103
5.4.2 Informações para preenchimento da DVA.....	105
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS.....	113

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com os problemas sociais – como os advindos da agressão ao meio ambiente, da violência, pobreza, doenças, desemprego, etc. – está cada vez mais inserida nas discussões e projetos das empresas. Os empresários perceberam, já há um bom tempo, que suas marcas e produtos são mais respeitados quando estão vinculados a ações de responsabilidade social. O investimento em projetos sociais constitui um diferencial de mercado.

Dentro deste contexto, a sociedade cooperativa merece destaque. São empreendimentos que já nascem com o cunho social, da reunião de pessoas que buscam amenizar suas dificuldades e melhorar a vida por meio da cooperação numa atividade econômica. Todos aqueles que se cooperam no empreendimento são donos do negócio e, geralmente, suas necessidades se confundem com as carências da comunidade onde estão inseridos.

Diferentes de “empresas comerciais”, as cooperativas não visam lucro. O resultado do trabalho realizado é proporcionalmente distribuído aos cooperados, conforme o esforço de cada um. Os empreendimentos cooperativos nascem e se desenvolvem sob a influência de valores éticos e princípios cooperativistas universais, dentre os quais a preocupação com a comunidade. São elas, portanto, “empresas sociais”, onde o mais importante e valorizado é o homem, o trabalho, e não o capital. As cooperativas trazem a responsabilidade social em sua essência.

No mundo dos negócios, o conceito de responsabilidade social foi introduzido na década de 30, em particular nos Estados Unidos da América, época em que o país vivenciava uma forte crise em seu sistema econômico e financeiro, denominada “Grande Depressão”. A crise deflagrada sensibilizou executivos de grandes empresas a assumirem interesse por aqueles menos afortunados – desempregados, inválidos, doentes e velhos – desenvolvendo ações de responsabilidade social de forma direta ou através de instituições.

Já na década de 60, as empresas sentiram a necessidade de elaborar um modelo de demonstração social, a fim de indicar o envolvimento empresarial com o conceito de responsabilidade social, proporcionando sua avaliação. Ao demonstrar as ações sociais desenvolvidas, a empresa objetivava incrementar sua imagem na mídia utilizando-se de uma nova postura ética perante a sociedade. Vale lembrar que durante a década de 60, na administração Nixon, os EUA viviam a Guerra do Vietnã, provocando o repúdio da população à aquisição dos produtos e ações daquelas empresas que se encontravam envolvidas com o conflito (DE LUCA, 1998).

A adoção desta postura ética exterioriza a vontade da empresa em demonstrar que o seu objetivo não consiste apenas na otimização do seu lucro. A empresa pode trabalhar as funções econômicas, que buscam a maximização da taxa de retorno dos seus recursos monetários, em conjunto com as funções sociais que buscam promover o bem-estar dos grupos sociais que com ela interagem, mediante a distribuição da riqueza por ela gerada.

As sociedades cooperativas, como já ressaltado, desde sua concepção empreendem ações de cunho social. Tome, por exemplo, um grupo de trabalhadores de baixa renda que se juntam na forma de cooperativa para construir suas próprias residências. Neste caso, é tomado como objetivo comercial da associação a compra de materiais de construção em grande quantidade, a fim de proporcionar melhores condições de negociação (preço e pagamento) com os fornecedores, o que não seria possível se cada um, isoladamente, adquirisse seu próprio material de construção.

Ainda a respeito, a gestão do negócio da sociedade cooperativa é orientada por princípios doutrinários, a seguir listados, os quais possibilitam a inclusão social de seus entes; a participação democrática dos sócios na gestão do empreendimento; a distribuição do resultado da atividade econômica em proporção às operações efetuadas pelo sócio; o desenvolvimento de ações de capacitação e de apoio à educação; a preocupação com a sociedade em termos de humanização, de solidariedade, de educação e de evolução participativa:

- Adesão voluntária e livre
- Controle democrático pelos sócios

- Participação econômica dos sócios
- Autonomia e independência
- Educação, treinamento e informação
- Cooperação entre cooperativas
- Preocupação com a sociedade

O que se depreende é que a responsabilidade social desenvolvida pela sociedade cooperativa constitui-se parte dos objetivos da organização cooperativista e se faz presente no seu modelo de gestão de negócio.

Dada a amplitude e o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social e considerando que a sociedade cooperativa atua ao seu entorno, necessário se faz desenvolver um relatório capaz de evidenciar e demonstrar o seu engajamento no assunto.

Assim, este trabalho objetivou investigar as relações da entidade cooperativa com seus associados e com terceiros, no que tange ao conceito de responsabilidade social, e contribuir para a sua evidenciação e demonstração.

1.1 Situação problema

A fim de melhor definir o objeto da pesquisa, o pesquisador pode descrever a situação problema do tema abordado, especulando sobre possíveis relacionamentos de algumas variáveis, até chegar à formulação do problema em si. (BEUREN et al, 2006).

Neste contexto é verificado que a legislação vigente no país, no que tange à exibição das ações desenvolvidas pelas empresas, tem como foco principal exprimir com clareza a situação do seu patrimônio e as mutações ocorridas no exercício em detrimento aos aspectos sociais da empresa.

A Sociedade Cooperativa, orientada por seus princípios doutrinários, possui características peculiares que devem ser consideradas quando da elaboração e utilização das informações contábeis. Uma das características marcantes é a que diz respeito aos seus objetivos, os quais, ditos de forma resumida, se traduzem em objetivos econômico-sociais.

O artigo 3º da Lei 5.764 de 16/12/1971, que define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas e dá outras providências, determina que o principal objetivo da sociedade cooperativa não é acumular lucros e, sim, exercer uma atividade econômica de proveito comum (BRASIL, 1971).

O mesmo instrumento normativo, em seu artigo 4º, afirma que a constituição da sociedade objetiva a prestação de serviços aos seus associados e a diferencia das demais sociedades pela prestação de assistência a eles e, quando prevista nos estatutos, aos empregados da cooperativa.

Outra especificidade de caráter social das empresas cooperativas está inserida no artigo 28 - inciso II da Lei (BRASIL, 1971), o qual prescreve a formação de um fundo denominado de Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social – FATES, destinado a financiar a prestação de serviços de assistência técnica, educacional e social aos associados, seus familiares e funcionários.

Depreende-se que a Lei Cooperativista brasileira caracteriza o compromisso social da sociedade cooperativa e define os serviços a serem prestados e o seu público, no entanto, a entidade cooperativa, no desenvolvimento de suas atividades, utiliza-se dos relatórios contábeis exigidos pela legislação vigente para evidenciar, exclusivamente, o aspecto econômico-financeiro, o que parcializa a exibição de seus resultados, por não refletir plenamente suas ações socioeconômicas.

Diante da situação apresentada, pergunta-se: **Como evidenciar os aspectos sociais dos empreendimentos cooperativos?**

1.2 Objetivos

A fim de obter uma resposta adequada à indagação efetuada, este trabalho estabelece, como objetivo geral, contribuir para a evidenciação e demonstração da responsabilidade social das sociedades cooperativas. Para isso, desenvolveu-se um estudo de caso com os seguintes objetivos específicos:

- Caracterização do conceito de responsabilidade social no modelo de gestão adotado pelo empreendimento cooperativo;
- Identificação das ações de responsabilidade social desenvolvidas pela sociedade cooperativa objeto do estudo de caso;
- Averiguação da divulgação das ações sociais e os canais utilizados pela cooperativa;
- Propositura de modelo da Demonstração do Valor Adicionado – DVA, adaptado às especificidades da sociedade cooperativa.

1.3 Justificativa

No Brasil, a idéia de responsabilidade social começou a ser discutida de forma mais recorrente na década de 70, quando, por intermédio da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE, o tema foi levado a encontros nacionais de dirigentes de empresas. Somado a isto, o governo federal, por meio do Decreto-Lei 76.900/1975, criou a obrigatoriedade das empresas em elaborar a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, destinada a suprir as necessidades de controle, estatística e de informações das entidades governamentais na área social.

A partir da década de 90, empresas de diversos setores passaram a divulgar, de forma mais recorrente, demonstrativos de suas ações sociais, denominados Balanços Sociais, tornando-os uma realidade para um número cada vez maior de empresas. A iniciativa ganhou maior impulso em 1997, quando o sociólogo Herbert de Souza, Betinho, lançou uma campanha pela divulgação do Balanço Social, a partir de um modelo desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE. (SILVA; FREIRE, 2001).

A concepção de Balanço Social aliado ao objetivo da contabilidade que, segundo Ludícibus (2000, p. 19), “é fornecer aos usuários, independentemente de sua natureza, um conjunto básico de informações que, presumivelmente, deverá atender igualmente a todos os tipos de usuários...”, cria a viabilidade das ações sociais serem demonstradas através de um relatório contábil.

No entanto, os relatórios contábeis exigidos pela legislação societária vigente – Lei 6.404, de 15/12/76 – não contemplam a evidência destas ações sociais, fato que o Projeto de Lei 3.741/2000 procura corrigir, inserindo no instrumento legal um novo relatório contábil denominado Demonstração do Valor Adicionado.

A Demonstração do Valor Adicionado, de acordo com De Luca (1998, p. 28), “é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração”.

Neste contexto, a DVA representa uma possibilidade para as Sociedades Cooperativas, que orientadas pelos seus princípios doutrinários buscam a realização do social pelo econômico, em revelar suas ações referentes à responsabilidade social.

A escolha das sociedades cooperativas como objeto da pesquisa se dá pela sua relevância no contexto econômico e social. De acordo com o último recadastramento de cooperativas, efetuado pela OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras, foi constatado que o cooperativismo é responsável por 6% do Produto Interno Bruto – PIB brasileiro, contando com 7.393.075 cooperados e 218.415 funcionários, abarcando 25 milhões de brasileiros no desenvolvimento de suas

atividades, evidenciando-se, assim, a importância dessas entidades como agregadoras de valor.

Somado a isso, é dada importância, cada dia maior, a responsabilidade social para a sociedade e para os negócios, sendo justo um estudo que possa contribuir para evidenciar, adequadamente, projetos e ações daqueles empreendimentos mais preocupados com seus públicos de relacionamento e os impactos sociais, ou seja, as cooperativas. As observações registradas neste trabalho poderão ajudar, inclusive, a fortalecer a imagem das cooperativas, muito depreciada pelas distorções da doutrina cooperativista e pela falta do desenvolvimento de estudos do tema neste país.

1.4 Metodologia

Este trabalho é conduzido por meio de um estudo de caso, tendo como base uma pesquisa bibliográfica que procura ressaltar o aspecto histórico e conceitual da doutrina cooperativista, com viés para a caracterização da responsabilidade social praticada pela sociedade cooperativa.

Gil (1999, p. 73) salienta “o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo”.

Neste contexto, foram estudadas as ações de responsabilidade social desenvolvidas por uma sociedade cooperativa de consumo denominada COOP – Cooperativa de Consumo, proporcionando a juntada de dados para a evidenciação de sua responsabilidade social e a sugestão de sua demonstração por meio da elaboração da Demonstração do Valor Agregado – DVA.

Os trabalhos foram iniciados por meio de pesquisa bibliográfica referente a concepção e o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social, a evolução

Dentro deste universo foi selecionada a COOP – Cooperativa de Consumo, como amostra para o desenvolvimento do estudo da responsabilidade social das entidades cooperativas. A COOP – Cooperativa de Consumo esta em operação desde 20/12/1954, competindo no ramo do varejo, mais especificamente no setor de supermercados, sendo que o sucesso em seus negócios é proporcionado pela capacidade de se adaptar às novas exigências dos consumidores do mercado, adotando políticas gerenciais modernas e adaptadas à nova realidade da economia brasileira. Contudo, não se distancia da doutrina cooperativista que, orientada para com a responsabilidade social, busca a realização dos anseios de seus associados, funcionários e familiares.

Ainda a respeito, a entidade caso objeto do estudo é apontada no rank de supermercados, conforme trabalho desenvolvido, anualmente, pela Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS e divulgado na edição de maio/2006 da revista SuperHiper, na 8ª posição no conjunto do país e na 4ª posição quando considerada somente as empresas com sede no Estado de São Paulo.

1.6 Estrutura do trabalho

Visando contribuir para a evidenciação e otimização da demonstração do conceito de responsabilidade social desenvolvido pelas sociedades cooperativas, este trabalho será estruturado da seguinte forma:

Capítulo 1 – Introdução: apresenta os objetivos geral e específico do estudo e aspectos metodológicos.

Capítulo 2 – Responsabilidade Social e a Sociedade Cooperativa: apresenta o conceito de responsabilidade social advindo da necessidade da empresa em contribuir para o meio do qual capta seus recursos de produção, e caracteriza a sociedade

cooperativa como uma entidade cujos objetivos socioeconômicos estão intrinsecamente relacionados ao conceito da responsabilidade social.

Capítulo 3 – Evidenciação da Responsabilidade Social: apresenta a ciência contábil como provedora de informações e o Demonstrativo do Valor Adicionado – DVA, como seu produto, servindo de instrumento para a evidência das ações de responsabilidade social, desenvolvida pelas sociedades cooperativas.

Capítulo 4 – Métodos e técnicas da pesquisa realizada: apresenta os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento da pesquisa, a delimitação da entidade objeto de estudo, procedimentos e instrumentos utilizados no trabalho de campo.

Capítulo 5 – A entidade-caso: apresenta o histórico da entidade-caso, descreve e mensura as ações de responsabilidade social por ela desenvolvida e seu tratamento quanto à sua divulgação.

Capítulo 6 – Considerações Finais: apresenta uma percepção do conceito de Responsabilidade Social no ambiente das sociedades cooperativa, em especial a vivenciada pela entidade-caso e sugere a melhoria do instrumento utilizado de sua divulgação para a sociedade em geral, por meio da adoção da Demonstração do Valor Adicionado – DVA.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E A SOCIEDADE COOPERATIVA

2.1 A empresa e a responsabilidade social

A empresa desempenha importante papel no ambiente em que está inserida, uma vez que dele vai buscar certos fatores de produção, como: a mão-de-obra, matéria-prima e capital, para a elaboração dos bens e serviços necessários à satisfação das necessidades da sociedade, caracterizando-se como um sistema aberto onde determinados “inputs” são introduzidos no sistema e, transformados, geram certos “outputs” (GUERREIRO, 1989).

A empresa vista sob a visão sistêmica está sujeita às constantes mudanças da sociedade que são externadas na alteração de padrões comportamentais, culturais e de valores, desencadeando, assim, a necessidade da empresa de adaptar à nova ordem de forma a não sucumbir.

A empresa, ao adaptar-se à nova ordem, no entanto, limita-se, muitas vezes, a promover ações para otimizar o seu resultado econômico em detrimento ao aspecto social de suas atividades em relação ao meio em que está inserida, conforme afirma Duarte (1986, p. 22): “não foram raros no passado, nem o são no presente, os casos em que, ao invés de colocar-se a serviço do homem e da sociedade, a empresa tudo faz para colocá-los a seu serviço”.

Assim, é possível destacar a existência de duas correntes de pensamento quanto à responsabilidade da empresa: a primeira restringe a empresa à geração de riqueza e maximização do investimento do proprietário do capital; a segunda aponta que a responsabilidade da empresa deve contemplar, também, os que contribuem para a operacionalização de suas atividades (empregados, fornecedores, clientes, estado e comunidade). O pensamento da segunda corrente é materializado em 1942, quando foi

consubstanciado por 120 indústrias inglesas manifesto referente às responsabilidades da empresa, o qual, segundo aponta Duarte (1986, p. 41), afirmava:

A responsabilidade dos que dirigem a indústria é manter um equilíbrio justo entre os vários interesses do público como consumidores, dos funcionários e operários como empregados e dos acionistas como investidores. Além disso, dar a maior contribuição ao bem-estar da nação como um todo.

Esse novo olhar na relação entre empresa e o meio em que ela está inserida ganha corpo na segunda metade do século XX, por meio da publicação de obras como *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard R. Bowen, em 1953, e *Business and Society*, de Joseph William McGuire, em 1963, introduzindo no meio acadêmico e empresarial o conceito de responsabilidade social.

2.2 O conceito de responsabilidade social

A dimensão do conceito de responsabilidade social ultrapassa o limite da simples filantropia, remetendo a ações que beneficiem o entorno daquele que a promove, iniciando com seus funcionários e alcançando familiares de funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, parceiros, governo, comunidade e meio ambiente.

Neste contexto, Melo Neto e Froes (2001, p. 78) descrevem a responsabilidade social, desenvolvida pela entidade empresarial, como “sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce”.

Melo Neto e Froes (2001, p. 78) estendem o conceito para outros entes com os quais a empresa mantém relações:

É necessário investir no bem-estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicação transparente, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores.

Sintetizando o pensamento de Melo Neto e Froes (2001), os principais aspectos que devem estar presentes no conceito de responsabilidade social desenvolvido pela empresa são:

- Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- Preservação do meio ambiente;
- Investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
- Comunicação transparente;
- Retorno aos acionistas;
- Sinergia com os parceiros;
- Satisfação dos clientes e / ou consumidores.

Tais vetores direcionam o processo de gestão empresarial para o fortalecimento da dimensão social da empresa.

As ações de filantropia correspondem à dimensão inicial do exercício da responsabilidade social. Sua característica principal é a benemerência do empresário, que reflete nas doações que faz para entidades assistenciais e filantrópicas.

Em seguida, o conceito de responsabilidade social ganhou maior amplitude. Surgiu a segunda dimensão do exercício da responsabilidade social: as ações sociais com a comunidade.

Atuando nesta dimensão, a empresa socialmente responsável coloca a serviço da comunidade recursos financeiros, produtos, serviços e o seu know-how e o dos seus funcionários. O objetivo é assegurar o desempenho ético correto e o desempenho ambiental adequado da empresa, melhorar a qualidade de vida de seus funcionários e dependentes, usar o poder e a relação da empresa com os seus fornecedores e concorrentes para mobilizá-los a também serem socialmente responsáveis, implementar normas de respeito ao consumidor e mobilizá-lo para atos de solidariedade, utilizar todos os espaços de comunicação para transmitir valores e informações de interesse da comunidade.

A responsabilidade social da empresa está associada ao seu desempenho e ao consumo de recursos que pertencem à sociedade. O desempenho da empresa depende da utilização dos recursos que não lhe pertencem, mas à sociedade. Ao usufruí-los em benefício próprio, a empresa contrai uma dívida social com a sociedade e com a comunidade.

Arrigoni (2000, p. 42), reforça que a responsabilidade social está diretamente relacionada:

- Ao consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade, e
- Ao consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos e pelo uso da capacidade de trabalho que pertence às pessoas físicas integrantes daquela sociedade.

2.3 A dimensão da responsabilidade social das empresas

O exercício da cidadania empresarial pressupõe uma atuação eficaz da empresa em duas dimensões: a gestão da responsabilidade social interna e a gestão da responsabilidade social externa.

A responsabilidade social interna focaliza o público interno da empresa, seus empregados e dependentes, objetivando motivá-los para um desempenho otimizado, por meio da criação de um ambiente harmonioso de trabalho. Já a responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada. Ambas utilizam-se de estratégias predeterminadas a fim de alcançar objetivos específicos, conforme demonstrado no quadro a seguir:

	RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA	RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA
FOCO	Empregados e seus dependentes	Comunidade
INSTRUMENTOS	Capacitação, auxílio-educação, Assistência médica e odontológica, Convênio com farmácia, Vale-refeição, cesta básica, vale-transporte, Participação nos resultados, bônus ou premiação, Plano de previdência privada	Educação Saúde Assistência social Ecologia
ESTRATÉGIA	Programa de desenvolvimento profissional, Benefícios institucionais, Projetos de incentivos de produtividade.	Doações, Programa de voluntariado, Parcerias, Projetos sociais.
RESULTADOS OBTIDOS	Aumento da produtividade, Retorno do capital investido.	Melhoria social no entorno, Conservação do meio ambiente Consolidação da imagem, Incremento da lucratividade.

QUADRO 1 – Características da responsabilidade social interna e externa

Fonte: adaptado de Melo Neto e Froes (2001, p. 89)

Vale comentar que há casos de empresas que são mais eficazes e atuantes em apenas uma das dimensões. Por exemplo, fazem grandes doações para obras e campanhas sociais para a comunidade em que se encontram e, por outro lado, demitem muitos empregados, remuneram mal ou não oferecem benefícios aos seus empregados.

O alto grau de responsabilidade social externa e baixo grau de responsabilidade social interna são típicos daquelas empresas que utilizam a ação social como estratégia de marketing e projeção de sua marca no mercado.

As empresas em que são evidenciados baixo grau de responsabilidade social externa e alto grau de responsabilidade social interna encontram-se no estágio inicial da cidadania empresarial, uma vez que investem primeiramente no bem-estar social de seus empregados para, em seguida, fortalecerem sua atuação na comunidade.

2.3.1 Responsabilidade social interna

As ações de responsabilidade social interna, conforme Melo Neto e Froes (2001, p. 87), estão compreendidas:

nas realizações de contratação, seleção, treinamento e manutenção de pessoal realizado pelas empresas em benefício de seus empregados, bem como os demais programas de benefícios voltados para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes.

Ainda, segundo os referidos autores, são as seguintes as principais ações deste tipo desenvolvidas pelas empresas:

- Investimentos no bem-estar dos empregados e seus dependentes (programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte);
- Investimentos na qualificação dos empregados (programas internos de treinamento e capacitação e programas de financiamento de cursos externos, regulares ou não, realizados por seus funcionários com vistas a sua maior qualificação profissional e obtenção de escolaridade mínima).

A responsabilidade social interna da empresa é voltada para o público interno com ênfase nas áreas de educação, salários e benefícios, bem como assistência médica, social e odontológica. O objetivo principal é obter maior retorno de produtividade e, conseqüentemente, incremento do valor investido pelos proprietários do capital.

Assim, o foco das ações de responsabilidade social interna é o público interno da empresa, ou seja, seus empregados e dependentes.

2.3.2 Responsabilidade social externa

O exercício da responsabilidade social externa corresponde ao desenvolvimento de ações sociais empresariais que beneficiem a comunidade. Estas ações podem ser realizadas através de doações de produtos, equipamentos e materiais em geral, transferência de recursos em regime de parceria para órgãos públicos e ONG's, prestação de serviços voluntários para a comunidade pelos funcionários da empresa, aplicações de recursos em atividades de preservação do meio ambiente, geração de empregos, patrocínio de projetos sociais do governo e investimento direto em projetos sociais criados pela própria empresa.

A responsabilidade social externa é direcionada para a comunidade, por meio de ações sociais voltadas em especial para as áreas de educação, saúde, assistência social e ecologia, visando a um maior retorno social, divulgação de sua imagem no mercado, publicidade e ganho para os acionistas.

2.4 A sociedade cooperativa

Este título tem por objetivo apresentar a sociedade cooperativa como uma modalidade de negócio, suas características peculiares e destacar sua operacionalização em congruência com o conceito de responsabilidade social.

As sociedades cooperativas, orientadas por seus princípios doutrinários, cujas origens remontam aos pioneiros de Rochdale e foram universalizados pela Aliança Cooperativa Internacional - ACI, possuem em sua operação forte apelo com o social. Assim, é proposto conceituar e caracterizar a sociedade cooperativa conforme a legislação brasileira que a disciplina, examinar os princípios cooperativistas e sua correlação com o conceito de responsabilidade social.

2.4.1 Conceito de empresa cooperativa

O artigo 3º, da Lei nº 5.764, de 16/12/1971 - que define a política nacional de cooperativismo e dispõe sobre o regime jurídico das sociedades cooperativas –, conceitua: “Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro”. (BRASIL, 1971).

O que se depreende é que a entidade cooperativa é uma associação de pessoas cujo objetivo é a realização do seu interesse comum, utilizando-se dos meios econômicos, assim expresso por Pinho (2004, p.123):

A cooperativa pode ser entendida como ‘uma empresa de serviço’ cujo fim imediato é o atendimento das necessidades econômicas de seus usuários, que a criam com o seu próprio esforço e risco. Distingue-se da ‘empresa capitalista’, porque nesta a satisfação das necessidades dos usuários não representa seu fim imediato, mas sim a multiplicação ou rendimento do capital investido.

Diferentes acepções foram adotadas por diferentes autores para apresentar o conceito de empresa cooperativa:

De acordo com Klaes (1982, p. 20), cooperativas são associações de pessoas que se organizam e administram empresas econômicas, com o objetivo de satisfazer uma variada gama de necessidades.

Carrion (2002, p. 167) ensina que as cooperativas são associações voluntárias de pessoas que contribuem com seu esforço pessoal ou suas economias, a fim de obter para si as vantagens que o agrupamento possa propiciar.

Por sua vez, Furquim (2001, p. 40) caracteriza que toda e qualquer atividade da cooperativa visa ao interesse comum dos cooperados ou associados, ou seja, visa obter vantagens na sua atividade operacional. Em resumo, são três os pressupostos essenciais: a) o exercício de atividade econômica, b) ajuda mútua em proveito comum e c) ausência de lucro.

A Aliança Cooperativa Internacional – ACI, organização de representação mundial das cooperativas, caracteriza os objetos da sociedade cooperativa em social e econômico. Social porque é formada por pessoas que participam da sociedade, econômico porque busca resultados positivos e finaliza sua conceituação com a menção da doutrina cooperativista – princípios basilares para a formação de qualquer empreendimento cooperativista – assim expresso no artigo 8º do seu estatuto:

Será considerada como cooperativa, seja qual for a sua constituição legal, toda associação de pessoas que tenha por objetivo a melhoria econômica e social de seus membros por meio da exploração de uma empresa, baseada na ajuda mútua e nos princípios cooperativistas.

Na conceituação de cooperativa, os estudiosos ressaltam a associação de pessoas numa atividade econômica, com o objetivo comum de atender, primeiramente, suas necessidades financeiras. Percebe-se, daí, que a cooperativa é uma prestadora de serviços a seus usuários, que são os próprios associados, donos do negócio. O empreendimento cooperativo é diferenciado da empresa capitalista porque, em primeiro lugar, não visa lucro; surge para melhorar a vida de seus membros, ou seja, seu foco é o trabalho, o homem, e não o capital.

2.4.2 Características específicas do empreendimento cooperativista

A cooperativa é uma sociedade de pessoas que objetiva prestar serviços aos cooperados e se distingue das demais sociedades pelas seguintes características:

- por ser empresa sem fim lucrativo;
- por ser o cooperado usuário e empresário da cooperativa;
- pela igualdade de direitos e de obrigações entre os cooperados, independentemente de sua participação no capital social;

- indivisibilidade dos seus fundos de reservas e outros eventualmente constituídos e
- tratamento do capital como fator de produção a serviço do cooperado (PINHO, 1977)

Essas características são oriundas da base doutrinária da sociedade cooperativa, que coloca como centro da empresa a pessoa e não o capital.

O capital para a empresa cooperativa é um meio e não um fim. Essa linha de pensamento ganha suporte na legislação brasileira, que determina que o direito de participação do associado independe do número de quotas-partes de capital que ele detém, não permitindo a transferência do capital para estranho à sociedade. Tais características estão consubstanciadas nos incisos IV e VI do artigo 4º da Lei 5.764/71:

As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características:

IV – inacessibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;

VI - quórum para o funcionamento e deliberação da Assembléia Geral baseado no número de associados e não no capital. (BRASIL, 1971)

Destituída de fins lucrativos e focada na realização do interesse comum de seus associados, a entidade cooperativa busca nos seus associados, na proporção dos serviços utilizados por cada um, por meio da arrecadação da taxa de administração, o montante necessário para fazer frente aos gastos de suas atividades, conforme determina o artigo 80: *“As despesas da sociedade serão cobertas pelos associados mediante rateio na proporção direta da fruição de serviços”*.

No final do exercício, apuradas as “sobras brutas”, ou seja, se os ingressos (que são provenientes da taxa de administração) forem maiores que as despesas, tais sobras deverão retornar aos associados na proporção direta de suas operações com a

cooperativa, conforme preceitua o inciso VII, do artigo 4º, da Lei 5.764/71, depois de deduzidos os valores que devem ir para os fundos obrigatórios, definidos no artigo 28:

As cooperativas são obrigadas a constituir:

I – Fundo de Reserva destinado a reparar perdas e atender ao desenvolvimento de suas atividades, constituído com 10% (dez por cento), pelo menos, das sobras líquidas do exercício;

II – Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social, destinado à prestação de assistência aos associados, seus familiares e, quando previsto nos estatutos, aos empregados de cooperativa, constituindo de 5% (cinco por cento), pelo menos, das sobras líquidas apuradas no exercício. (BRASIL, 1971)

Outra característica marcante da sociedade cooperativa é a gestão democrática, no qual o associado participa como usuário das operações que realiza

- É garantido ao associado participar do corpo diretivo da cooperativa, exercendo de forma efetiva a função de proprietário, conforme estabelece o artigo 47:

A sociedade será administrada por uma Diretoria ou Conselho de Administração, composto exclusivamente de associados eleitos pela Assembléia Geral, com mandato nunca superior a 4 (quatro) anos, sendo obrigatória a renovação de no mínimo 1/3 (um terço) do Conselho de Administração.

Na análise da Lei nº 5.764, que institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, em seu artigo 3º, é verificado o compromisso primordial da entidade com o social, haja vista a previsão de os associados contribuírem com bens e serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, ou seja, o foco da entidade está no atendimento às necessidades de seus associados e não no retorno econômico-financeiro do capital investido. O compromisso com o social é ratificado pela caracterização de sua gestão democrática centrada na pessoa e não no capital, culminando com a determinação contida no inciso II, do artigo 28, sobre a criação de um fundo destinado à prestação dos serviços de assistência técnica, educacional e social a seus associados, familiares e funcionários.

Essa constatação vem ao encontro com o entendimento que Melo Neto e Froes têm do conceito de responsabilidade social, quando a empresa se preocupa com a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores, considerando que o principal cliente e/ou consumidor do empreendimento cooperativo é o próprio associado e no conceito de gestão da responsabilidade social interna, por ocasião dos investimentos realizados pela empresa na qualificação dos empregados.

2.4.3 Visão histórica do movimento cooperativista

A experiência cooperativista vivenciada antes do século XIX caracterizou-se por uma cooperação informal e assistemática (SCHNEIDER, 2003). A cooperação mais sistemática, observando parâmetros axiológicos e metodológicos a fim de instaurar um novo sistema econômico e social baseado na cooperação, encontraria guarida apenas a partir da segunda metade do século XVIII.

O século XVIII vivenciou o advento da Revolução Industrial, o que provocou o rápido e caótico crescimento urbano, em que os operários se amontoavam na maior pobreza e falta de infra-estrutura. Era comum homens, mulheres e crianças trabalharem de 14 a 15 horas por dia, especialmente nas minas de carvão, precariamente alimentados e mal pagos. Ao mesmo tempo em que a Revolução Industrial proporcionava à sociedade o contato com o progresso até então não visto, trazia, também, a sua polarização em duas classes antagônicas: a dos capitalistas-proprietários dos meios de produção e a dos proletários-vendedores de sua força de trabalho. De acordo com Schneider (2003, p. 35), “se em épocas anteriores havia desnível, nunca o mesmo chegou a ser tão contrastante e dramático como nos inícios do capitalismo industrial”.

O cenário, para o nascimento do movimento sindicalista, concomitante ao cooperativismo, estava armado. O movimento cooperativista optara por superar o capitalismo não pela luta, mas mediante a mobilização do proletariado em torno de cooperativas de consumo e produção, nas quais os meios de produção e os seus resultados obtidos passariam a ser geridos pela classe operária (SCHNEIDER, 2003).

Neste contexto, surgem experiências cooperativas, especialmente no setor de consumo na Inglaterra, no setor de produção industrial na França e no setor de crédito na Alemanha, aliadas às manifestações dos socialistas utópicos, vários deles considerados precursores do cooperativismo, conforme sugere Ferrinho (1988, p. 11) “O movimento cooperativo tem sua origem nos socialistas utópicos. Os socialistas utópicos procuravam abolir as causas da opressão humana pela criação de um novo mundo de justiça social”.

A seguir, a contribuição dos principais socialistas à doutrina cooperativista, conforme é apresentado por Ferrinho (1988):

2.4.3.1 Robert Owen

Importante socialista utópico, Robert Owen (1771 – 1858) acreditava que o ideal do progresso seria propiciar felicidade às pessoas, em que cada um deveria buscar não apenas o seu bem-estar individual, mas também o bem-estar coletivo.

São destacados os seguintes ensinamentos de Owen na aplicação prática para o movimento cooperativo:

- O interesse privado das pessoas não pode ser esquecido;
- Ninguém liberta ninguém, antes cada um tem de se libertar a si mesmo em interação com os outros;
- O movimento deve ser construído essencialmente a dois níveis: ao nível individual por meio da educação e ao nível social por meio da organização;
- A educação e a organização são indissociáveis, pois a união proporcionada pela organização das pessoas sem a sua educação não tem utilidade, e o conhecimento proporcionado pela educação sem o seu caráter coletivo não tem poder transformador;
- A reestruturação social só pode ter lugar por meio da vida em grupo, considerando todos os aspectos da comunidade.

2.4.3.2 Charles Fourier

François Marie Charles Fourier (1772 – 1837), considerado o pai do cooperativismo francês, pregava a associação livre e universal do homem como mecanismo e caminho para a harmonia social, por meio da constituição de

“falanstérios”, em que se fazia presente o respeito à propriedade, à hereditariedade e o capital conjugado com o interesse comum. Contribuiu para a prática do cooperativismo introduzindo a idéia de que ao trabalhador caberia uma parte do produto social na proporção de sua contribuição pessoal ao trabalho coletivo.

O conceito de participação proporcional no resultado do empreendimento está previsto na legislação brasileira – Lei 5.764/71, artigo 4º, inciso VII, e artigo 89 –, contribuindo para a caracterização e distinção da sociedade cooperativa das demais sociedades, a seguir transcritos:

Art. 4º - ...

VII - Retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembléia Geral.

Art. 89 – Os prejuízos verificados no decorrer do exercício serão cobertos com recursos provenientes do Fundo de Reserva e, se insuficiente este, mediante rateio, entre os associados, na razão direta dos serviços usufruídos. (BRASIL, 1971)

2.4.3.3 Louis Blanc

Blanc (1811 – 1882) defendeu a liberdade para todos, que seria efetiva quando todos tivessem acesso à propriedade dos bens de produção. A fim de operacionalizar o acesso à propriedade, sugeriu a criação de oficinas sociais com o apoio do Estado nas frentes legislativa e financeira, modificando, assim, o ambiente sócio-econômico. Na associação de Blanc, operários de um mesmo ofício produziam bens de natureza específica para o mercado, enquanto que no falanstério de Fourier a produção era diversificada e voltada para o consumo próprio.

As idéias de Blanc e Fourier quanto ao modo de produção e sua destinação são coadunadas na Lei 5.764/71 em seu artigo 3º, que conceitua o empreendimento cooperativo da seguinte maneira:

Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro. (BRASIL, 1971)

Entende-se “de proveito comum” que o produto resultante da operação da cooperativa deve atender à necessidade de todos os seus associados, não excluindo, no entanto, a possibilidade de seus associados desenvolverem atividades diversas que, em seu conjunto, venham a atender a todos.

2.4.3.4 Saint Simon

A doutrina Simon (1760 – 1825) é considerada como integrante do chamado socialismo utópico industrialista, pois não visava a reforma social via associação de pessoas, mas sim por meio da organização da produção industrial. Pregoava a associação de indivíduos e estes, por sua vez, seriam integrados num contexto social global. Defendia a padronização e distribuição de encargos da produção e a repartição dos bens produzidos seguindo uma regra de proporcionalidade.

Quanto à padronização e distribuição de encargos da produção defendida por Saint Simon, a Lei 5.764/71 prevê:

Art. 80 – As despesas da sociedade serão cobertas pelos associados mediante rateio na proporção direta da fruição de serviços.

Parágrafo único – A cooperativa poderá, para melhor atender à equanimidade de cobertura das despesas da sociedade, estabelecer:

I – rateio, em partes iguais, das despesas gerais da sociedade entre todos os associados, quer tenham ou não, no ano, usufruído dos serviços por ela prestados, conforme definidas no estatuto;

II – rateio, em razão diretamente proporcional, entre os associados que tenham usufruído dos serviços durante o ano, das sobras líquidas ou dos prejuízos verificados no balanço do exercício, excluídas as despesas gerais já atendidas na forma do item anterior. (BRASIL, 1971)

2.4.3.5 Pierre Joseph Proudhon

Proudhon (1809 – 1865) pregava uma reforma social baseada na justiça humana, por meio da liberdade e igualdade. Proudhon afirma que tudo que é apropriado por um homem contribui para a diminuição do que fica disponível para os demais. Assim, em dado momento, tudo já terá sido apropriado, cabendo aos demais que venham ao mundo pedir aos respectivos proprietários dos meios de produção o empréstimo deles, mediante o empréstimo de parte daquilo que produzem sob forma de aluguel ou juros. Proudhon entende que se faz necessário corrigir esse aspecto negativo da propriedade privada, entretanto, entende ser garantido ao homem a liberdade de dispor dos bens que produz (FERRINHO, 1988).

Responsável pelo apontamento do conceito denominado “erro de conta”, Proudhon comenta que os operários mensuravam o seu salário apenas em função da produtividade individual, esquecendo-se da produtividade coletiva. A produtividade coletiva representava mais do que a soma das produtividades individuais e ficava para o dono do capital, o que não ocorre no cooperativismo em razão da produtividade ser dividida pelo grupo e reinvestida em seu benefício.

Os estudos precursores do modelo cooperativista de organização do trabalho, como mostram os vários exemplos aqui relatados, tentam amenizar a injustiça e a exploração impostas aos trabalhadores pelos proprietários dos meios de produção, principalmente com o advento da Revolução Industrial. Até hoje, as cooperativas

nascem para corrigir distorções nas relações trabalhistas e de mercado que acabam privilegiando uns em detrimento de outros. As pessoas se organizam em cooperativas pela necessidade de resolver seus problemas e melhorar as condições de vida.

2.4.4 O marco histórico de Rochdale

Após uma greve fracassada de tecelões que reivindicavam melhores salários e melhores condições de trabalho, um grupo de tecelões, influenciados pelos ideais owenistas, inauguraram em 21 de dezembro de 1844 uma cooperativa posteriormente denominada Rochdale Society of Equitable Pionners.

A cooperativa tinha como objeto a constituição de um armazém para abastecer os associados e a construção de casas a eles destinadas. Num segundo momento, ela trabalharia para a fabricação de produtos, como forma de fornecer ocupação aos associados desempregados ou com salários reduzidos, e ainda para a aquisição e/ou arrendamento de terras de modo a proporcionar à comunidade a sua auto-sustentação (SHNEIDER, 2003).

A fundação da cooperativa de Rochdale significou o início do movimento cooperativista, dado ter sido ela a primeira a concretizar, de maneira bem sucedida, o pensamento que animava o movimento, por meio da elaboração e publicação do seu chamado manifesto, o qual associava a filosofia do movimento aos problemas sociais que os afetavam. A experiência dos pioneiros de Rochdale assume então o papel de modelo a ser seguido, conforme expressado por Ferrinho (1988, p. 48):

Na expansão das cooperativas a seguir a Rochdale vemos tomar corpo a idéia de associação como instrumento de reforma social; vemos a educação como pedra angular da construção do esforço presente e futuro; vemos o conceito de produção de bens úteis e uma repartição das receitas produzidas em proporção às sobras realizadas por cada um ou aos serviços que cada um recebe da cooperativa; vemos a eliminação dos aspectos negativos da propriedade privada, mantendo-se porém os

seus aspectos positivos; vemos a eliminação dos aspectos negativos do direito hereditário; vemos o pagamento de juros módicos ao capital, ou seja, o reconhecimento do crédito a baixo preço; vemos o interesse pessoal reconhecido sem pôr de lado o interesse coletivo.

Considerando que os pioneiros detinham o conhecimento das experiências associativas anteriores, estabeleceram oito regras, conhecidas hoje como “princípios”, para a orientação da operação do empreendimento, os quais de acordo com Cole, apud Singer (1998, p. 102):

nenhum em si é original, todas eles já tinham sido inventados e aplicados por cooperativas antes dos pioneiros. Mas nenhuma cooperativa tinha se regido pelo conjunto das oito e nisso está a inovação que separa o cooperativismo moderno do antigo.

Os pioneiros de Rochdale se autodenominavam de “Eqüitáveis Pioneiros de Rochdale”, a fim de expressar que o empreendimento cooperativo estava calcado na igualdade de direitos e na liberdade de cada membro.

Guiados por este pensamento, elaboraram o marco estatutário dentro do qual pretendiam ordenar o novo modelo de cooperativa. Assim, estabeleceram princípios balizadores da conduta cooperativa, que progressivamente orientariam outras cooperativas inglesas dos mais variados tipos ou segmentos e, por fim, de todos os países do mundo.

Apesar de grande parte dos autores consultados concentrar seus estudos nos princípios doutrinários, necessário se faz analisar a iniciativa cooperativista e seus respectivos princípios dentro de um plano maior, que é o da economia social onde ela se encontra inserida.

A econômica social é potencialmente capaz de produzir todos os bens e serviços que são elaborados de forma capitalista. A principal característica dela é que os meios de produção pertencem aos próprios trabalhadores (IRION, 1997).

A existência da economia social pressupõe um conjunto de idéias e valores, sob os quais as sociedades a ela pertencentes balizam suas condutas. O

cooperativismo é uma forma de economia social e tem a origem dos seus princípios doutrinários nas idéias gerais e valores dela.

De acordo com (IRION, 1997) que compartilha da mesma idéia de (PINHO, 1986), os valores básicos do cooperativismo são: democracia, liberdade, eqüidade, solidariedade e justiça social, valores estes característicos da economia social;

- Democracia: pressupõe a manifestação da própria vontade e ao mesmo tempo o respeito à vontade alheia. Da democracia cooperativa decorre a participação ativa do associado nas reuniões, o direito do exercício das funções diretivas, desde que isso manifeste a vontade da assembléia geral. A democracia cooperativa não pressupõe a existência de perdedores ou ganhadores, ao contrário, pressupõe o bom senso racionalmente exercido entre os associados, de forma que as decisões tomadas e implementadas resultem no delineamento da ação cooperativa como agente empresarial, no intuito de realizar os objetivos para os quais os associados constituíram a entidade.
- Liberdade: entendida como ação voluntária de aceitar limitações pelo próprio grupo de associados, desde que elas visem o bem comum.
- Solidariedade: constitui a base da cooperação. Pressupõe a existência de uma aliança entre os sócios de forma a atuarem racionalmente na resolução de problemas internos e externos à entidade.
- Justiça social: trata de proporcionar ao associado benefícios que não são mensurados sob a ótica do valor meramente econômico. Destacam-se a promoção da cultura, da realização pessoal, da qualidade de vida etc.
- Eqüidade: consiste em distribuir eqüitativamente os direitos e as obrigações a que o homem na qualidade de associado faz jus, seja sob a ótica associativa, econômica ou social. Na ótica associativa, o cooperado faz jus aos direitos e obrigações em razão das decisões das assembléias ou por quem estas designam, desde que sejam iguais para todos os associados. Na ótica econômica, o cooperado participa nos resultados econômicos da entidade bem como da sua manutenção, de acordo com a participação nos negócios. Sob o prisma social, é prestada assistência ao associado, de forma indiscriminada, de acordo com as suas necessidades.

Considerando que os princípios constituem a base ética do cooperativismo e há necessidade do empreendimento cooperativista acompanhar as constantes transformações sociais e tecnológicas do mundo, os princípios cooperativistas sofreram reformulações, quando seus conteúdos foram melhor definidos e adquiriram contornos característicos (SCHNEIDER, 2003).

A seguir é apresentado no quadro 2 o comparativo da evolução dos princípios básicos do cooperativismo de Rochdale, aprovados em 1844; suas reformulações de 1845 e de 1854; e revisões efetuadas em 1937, 1966 e 1995 pela Aliança Cooperativa Internacional – ACI, órgão que congrega o cooperativismo mundial:

TEXTO DE ROCHDALE ESTATUTO DE 1844 MODIFICAÇÕES DE 1845 E 1854	CONGRESSO ACI 1937	CONGRESSO ACI 1966
1 – Adesão livre	1 – Adesão livre	1 – Adesão livre: neutralidade social, política, religiosa e racial
2 – Gestão democrática	2 – Gestão democrática	2 - Gestão democrática
3 – Retorno “pro rata” das operações	3 – retorno “pro rata” das operações	3 – distribuição das sobras: a) ao desenvolvimento da cooperativa; b) aos serviços comuns; c) aos associados “pro rata” das operações.
4 – Juros limitados ao capital	4 – Juros limitados ao capital	4 – Taxa limitada de juros ao capital
5 – Vendas a dinheiro	5 – Vendas a dinheiro	5 – Constituição de um fundo para educação dos cooperados e do público em geral.
6 – Educação dos membros	6 – desenvolvimento da educação em todos os níveis	6 – Ativa cooperação entre as cooperativas, em plano local, nacional e internacional
7 – Cooperativização global	7 – Neutralidade política religiosa e racial	7 – Neutralidade política religiosa e racial

QUADRO 2 – Reformulações dos princípios cooperativistas

Fonte: IRION (1997, p. 51)

O cooperativismo está presente nos cinco continentes do globo, o que propicia diferentes interpretações dos princípios, segundo as condições culturais, econômicas e

políticas onde se desenvolve. Por esta razão, a ACI, em seu congresso de 1992, em Tóquio, estabeleceu dois tipos de princípios: os princípios cooperativos universais, que expressam a essência universal da cooperação e interpretam os valores, e os princípios específicos e secundários, que na realidade são práticas cooperativistas específicas aplicadas a diferentes classes de cooperativas e formuladas tendo em conta a especificidade de cada uma. Os princípios básicos têm caráter mais permanente e as práticas objetivam a manutenção do empreendimento cooperativo na sociedade contemporânea (IRION, 1997).

No Congresso do Centenário da Aliança Cooperativa Internacional – ACI, realizado em Manchester, Inglaterra, em 1995, foram redefinidos e divulgados os sete princípios básicos do cooperativismo que se seguem:

2.4.4.1 Primeiro princípio - Adesão voluntária e livre

“As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a usar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio, sem discriminação social, racial, política ou religiosa e de gênero”.

A palavra “voluntárias” gravada no texto do princípio denota a preocupação em exprimir o pressuposto básico para o exercício da democracia cooperativa. Segundo Schneider (2003, p. 43), “não seria viável a democracia, nem a vigência dos demais princípios, num contexto de adesão forçada ou automática à cooperativa”. A característica do voluntariado também vem reafirmar a essência do empreendimento cooperativista que é a associação para a auto-ajuda e para a ajuda-mútua.

A democracia e a adesão livre e voluntária é comentada por (PEREIRA, 1993, p. 69) como o princípio de “portas abertas”, por entender que a sociedade cooperativa é uma associação da qual qualquer pessoa pode fazer parte, sem distinção de classe, raça ou credo.

Cabe salientar que a adesão voluntária e livre deve observar a compatibilidade dos objetivos do interessado com os da cooperativa, expresso no texto como “dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio”.

O livre ingresso ou demissão do quadro social da cooperativa está condicionado ao que foi pactuado entre os associados e, portanto, a liberdade de entrar e sair é implícita ao tipo societário, desde que isso esteja de acordo com a vontade das pessoas que voluntariamente se associaram e expressaram sua concordância através do estatuto.

O Estatuto Social de uma cooperativa deve estabelecer critérios e políticas para controlar a admissão de seus novos sócios, que sejam coerentes com a missão e os objetivos da cooperativa, e apontar os regulamentos para a demissão, a eliminação ou a exclusão de associados, de forma a não comprometerem o objetivo institucional e, tampouco, a capacidade operacional da sociedade, tendo em vista o desfalque econômico-financeiro que tal evento possa ocasionar.

2.4.4.2 Segundo princípio – Controle democrático pelos sócios

“As cooperativas são organizações democraticamente controladas por seus sócios os quais participam ativamente no estabelecimento de suas políticas e tomadas de decisões. Homens e mulheres eleitos como representantes, são responsáveis para com os sócios. Nas cooperativas singulares os sócios têm igualdade de votação (um sócio = um voto); as cooperativas de outros graus também são organizadas de maneira democrática”.

Este princípio corrobora a idéia de que a cooperativa é uma sociedade de pessoas e não de capital, constitui-se num dos grandes diferenciais entre as empresas cooperativas e as que não o são, haja vista que nas empresas capitalistas o poder de decisão é proporcional ao capital investido pelo sócio, enquanto que no

empreendimento cooperativo o poder de decisão é exercido por meio do voto individual de cada sócio, independentemente do valor do capital investido, o que proporciona a participação de todos os seus associados.

A gestão democrática cooperativa exercida pelo seu associado, quando da tomada de decisão nos assuntos da produção, da comercialização de bens ou na prestação dos serviços para seus associados e para terceiros, vem caracterizar a sociedade cooperativa no conceito de empresa-cidadã inserida no movimento da responsabilidade social, assim definida por Melo Neto e Froes (2005, p. 85):

uma empresa-cidadã caracteriza-se pelo exercício da cidadania individual pelos seus empregados e dependentes, conscientes dos seus direitos e deveres como cidadãos e desejosos de desempenharem trabalhos voluntários em benefício da comunidade. Enfim, pessoas íntegras, éticas, responsáveis e com elevado senso de participação.

2.4.4.3 Terceiro princípio – Participação econômica dos sócios

“Os sócios contribuem de forma eqüitativa e controlam democraticamente o capital de suas cooperativas. Parte desse capital é propriedade comum das cooperativas. Usualmente, os sócios recebem juros limitados (se houver algum) sobre o capital, como condição da sociedade. Os sócios destinam as sobras aos seguintes propósitos: desenvolvimento das cooperativas, possibilitando a formação de reservas, parte dessas podendo ser indivisíveis, retorno aos sócios na proporção de suas transações com a cooperativa e apoio a outras atividades que forem aprovadas pelos sócios”.

No empreendimento cooperativo, o capital não objetiva a sua remuneração em si, mas sim criar condições para o desenvolvimento das atividades do empreendimento a fim de satisfazer as necessidades dos cooperados. Como bem foi definido por (IRION, 1997), o capital-meio, com fins solidários, sem remuneração ou, se existente, limitado

por força de lei até 12% a/a, é encarado pelo associado como sacrifício, sua contribuição para atingir o fim comum do empreendimento.

O capital das sociedades cooperativas possui duas fontes de origem:

O capital dos sócios: Consiste em montantes oriundos dos associados, conforme disposição estatutária, quando do seu ingresso na cooperativa; acrescido de novos valores resultantes de desembolsos diretos do associado, quando da evolução dos negócios relacionados aos objetivos da cooperativa exigir modificação no capital das cooperativas ou da integralização total ou parcial do excedente cooperativo a que o cooperado faz jus, quando decidido em Assembléia a capitalização das sobras.

O capital coletivo: A cooperativa, a fim de fazer frente ao desenvolvimento de suas atividades e cobrir despesas administrativas, retêm valores de seus associados quando das suas transações. Denominados de taxas administrativas, os valores retidos quando superiores aos custos e despesas incorridos, denominam-se sobras. Outrossim, a cooperativa transaciona com terceiros, ou seja, não-cooperados, realizando receitas

As ações de gestão de responsabilidade social interna, segundo Melo Neto e Froes (2001, p. 87) compreendem:

os programas de contratação, seleção, treinamento e manutenção de pessoal realizados pelas empresas em benefício de seus empregados, bem como os demais programas de benefícios voltados para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes.

2.4.4.4 Quarto princípio – autonomia e independência

“As cooperativas são organizações autônomas para ajuda mútua, controladas por seus membros. Enquanto em acordo operacional com outras entidades, inclusive governamentais, ou recebendo capital de origem externa, elas devem fazê-lo em termos que preserve o seu controle democrático pelos sócios e mantenham sua autonomia”.

Um dos sintomas que indica fortemente que uma sociedade é autônoma e independente se observa quando as decisões são tomadas efetivamente pelos associados. Dessa forma, deduz-se que a sociedade cooperativa é soberana por meio da vontade dos associados, manifestada em assembléia e consignada em estatuto. É condição “*sine qua non*” para que a sociedade cooperativa atinja fielmente os fins para a qual foi constituída o desenvolvimento da independência e autonomia dos associados nas relações comerciais dentro e fora da sociedade.

Este princípio vem assegurar os ideais de democracia e gestão participativa no empreendimento cooperativo, de forma a garantir o foco das atividades em seu objetivo proposto, defendendo-o contra possíveis intervenções externas.

2.4.4.5 Quinto princípio – Educação, treinamento e formação

“As cooperativas proporcionam educação e treinamento para os sócios, dirigentes eleitos, administradores e funcionários, de modo a contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Eles deverão informar o público em geral, particularmente os jovens e os líderes formadores de opinião, sobre a natureza e os benefícios da cooperação”.

A educação aparece como um dos elementos fundamentais para a existência e continuidade das sociedades cooperativas, conforme ressalta Holyoake apud PEREIRA (1993, p. 75):

A educação dos cooperados já era uma preocupação desde o século passado. Georges Jacob Holyoake, escritor inglês, em sua obra História de los Pioneiros de Rochdale, escrita no ano de 1878, na versão espanhola de Bernardo Delon, destaca esse aspecto como um dos mais importantes da história dos cooperados de Rochdale, ao qual dedicou um capítulo especial.

Sua importância consagrou-se explicitamente no Quinto Princípio, quando proposto às cooperativas que se estruturassem de forma a tornar realidade a educação. No caso brasileiro, a Lei nº 5.764 viabilizou o desenvolvimento educacional nas sociedades cooperativas com a determinação da constituição do Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social – FATES, cujos recursos são originados na ordem de, no mínimo, 5% do excedente cooperativo e 100% dos ingressos oriundos de transações com terceiros.

Cabe observar que a legislação brasileira apenas legitima aquilo que os princípios doutrinários orientam sobre os recursos. Segundo a determinação legal, o recurso do FATES também deve ser aplicado em assistência técnica e social. No VI Congresso Brasileiro de Cooperativismo, realizado em Belo Horizonte, em 1969, definiu-se que, dos recursos destinados ao FATES, pelo menos 50% seriam investidos em educação e os 50% restantes seriam aplicados em assistências técnica e social.

Observa-se que além da formação técnica e da educação formal e doutrinária, cabe ao Fundo promover o bem-estar dos sócios, funcionários e respectivos familiares.

Os valores da doutrina cooperativista, salvo algumas raras exceções, não estão previstos na grade curricular do sistema educacional brasileiro em vigor, haja vista que a política educacional está voltada para o mercado, privilegiando o ensino tecnicista, que supre as necessidades de mão-de-obra das empresas e do setor público. Irion (1997, p. 126) descreve a lógica do ensino formal:

O ensino formal em vigor produz mão-de-obra inculcando no estudante a mentalidade de empregado que o induz a vender seu trabalho e não forma empreendedores. Ao mesmo tempo inculca-lhe a mentalidade da competição de sorte que as profissões são usadas como meio de enriquecimento. O profissional tem a profissão a seu serviço e não a serviço da sociedade.

Outrossim, a Lei nº 12.226, de 11/01/2006, do Estado de São Paulo, em seu artigo 2º - inciso III, estimula a inclusão do estudo do cooperativismo nas escolas, visando a uma mudança de parâmetros de organização da produção, do consumo e do trabalho. No entanto, a determinação legal carece de regulamentação.

Os associados, quando em exercício no empreendimento cooperativista, sentem-se inaptos para o desenvolvimento das atividades, uma vez que tendem a aplicar nas cooperativas as técnicas capitalistas absorvidas no ensino vigente e não têm consciência de que são donos e participantes do empreendimento, o que propicia a ocorrência de resultados insatisfatórios na atividade da cooperativa. Neste sentido, a educação cooperativista possibilita aos associados o ensino da sua doutrina e o treinamento em gestão de cooperativas, afim de adequá-los à realidade tão peculiar.

Outro aspecto de destaque é a informação que necessita ser difundida, a doutrina cooperativista deve ser expandida, cabendo a cada cooperativa um papel de propagadora dessa informação e cultura cooperativista.

No desenvolvimento de suas atividades, a sociedade cooperativa relaciona-se internamente com seus associados e externamente com o mercado, o qual apresenta inúmeros desafios à sociedade, tais como: globalização, constantes avanços tecnológicos, volatilidade econômica, pesada carga tributária, prática de altas taxas de juros, dificuldade de acesso em linhas de crédito, defasagem da taxa cambial e outros,

Vale registrar a proposta de cooperação intercooperativa desenvolvida pela Corporação Mondragon, localizada na cidade espanhola de Mondragon. Esta entidade é formada por 120 cooperativas interligadas com suporte estrutural na área financeira, social, educacional e pesquisas tecnológicas. O complexo Mondragon reúne cerca de 70.000 trabalhadores, sendo que 40.000 são sócios cooperados.

A integração entre cooperativas pode ser processada em quatro níveis distintos:

a) a integração horizontal ocorre quando a sociedade cooperativa, no desenvolvimento de suas atividades, relaciona-se espontaneamente com outra sociedade cooperativa, objetivando o incremento dos negócios. Formalizam-se em cinco modelos de integração, conforme é apontado por (IRION, 2003):

- **apoio mútuo:** oriundo da motivação solidária, é atribuída pouca importância à função negocial, estabelecida sem suporte documental, não é delimitado prazo de duração. São características do apoio mútuo a reciprocidade na transferência de tecnologia, a difusão doutrinária e a ausência de vínculo entre as cooperativas integradas.
- **filiação de cooperativas entre si** – motivada pela participação social de uma cooperativa em outra cooperativa do mesmo grau na qualidade de sua sócia. É um ato formal, estabelece vínculo entre elas, não origina nova entidade, o próprio estatuto da cooperativa que concede filiação suporta o processo e dá-se por prazo indefinido.
- **relações de negócios** – ocorrem quando uma cooperativa se torna cliente ou fornecedora da outra, independentemente do seu tipo ou grau. Conforme a frequência, a transação é suportada por documento fiscal, ou contratual. É característica dessa integração a sua formalização por meio de instrumento jurídico, isto é, o contrato.
- **suporte recíproco de negócios** – ocorre entre cooperativas de mesmo tipo e grau, quando uma atende os clientes da outra, a exemplo do sistema UNIMED, no qual uma cooperativa de base dá atendimento médico aos usuários de outra, quando estes estiverem em trânsito e fora

da área de ação da primeira. Seu objetivo é o apoio negocial suportado num instrumento documental de intercâmbio e não origina outra entidade.

- **aliança estratégica** – motivada pela troca de serviços, ocorre entre cooperativas de tipos diferentes, a exemplo da relação entre cooperativa de produção rural e cooperativa de crédito, em que a última financia a produção da primeira. O serviço de uma complementa o da outra. A integração não origina nova entidade, sendo formalizado por meio de pacto ou convênio.

b) a integração vertical ocorre entre cooperativas do mesmo grau, ou seja, quando ao menos três cooperativas singulares se unem e da união resulta a formação de uma cooperativa de grau superior: Central; ou quando pelo menos três Centrais de Cooperativas se unem e resultam a formação de uma Federação (Lei nº 5.764/71, art. 6º). Essa forma de integração observa a função de cada entidade integrada, de maneira que as de graus superiores não desempenhem tarefas reservadas às de graus inferiores. Objetiva otimizar a prestação de serviços aos associados, é a mais praticada no mercado, sua formação possui base documental legal que registra essa integração consubstanciada no estatuto social da nova entidade.

c) integração paralela institucional diz respeito à reunião de cooperativas para a formação de sociedade civis, cujo objetivo é regulamentar, normatizar, representar as cooperativas de forma a suplementar a sua ação social. Como exemplos dessa integração têm-se em nível estadual as OCE(s) – Organizações das Cooperativas dos Estados, em nível nacional a OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras e, em nível internacional a ACI – Aliança Cooperativa Internacional.

d) integração paralela empresarial ocorre quando há participação das empresas cooperativas em outras não-cooperativas, independentemente de

exercerem o controle, visa a potencialização de seus negócios e regulamentam-se por meio de contrato ou estatuto.

É observado que a cooperação praticada entre os empreendimentos cooperativos possui forte aspecto que prioriza o objetivo econômico, de forma que a união das cooperativas favoreça a economia de escala, melhorando a produtividade e barateando preços de aquisição de bens e/ou de serviços.

Outrossim, desenvolve o aspecto de caráter social dessas entidades, remetendo o sexto princípio da cooperação entre cooperativas ao conceito da Responsabilidade Social Corporativa, conforme aponta Fernando Almeida apud Melo Neto e Froes (2001, p.88).

Responsabilidade Social Corporativa é o comprometimento permanente dos empresários em adotar comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados, de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Ainda a respeito disso, observa-se que a cooperação entre cooperativas, desenvolvida em três fases, a primeira, de mútuo apoio; a segunda, de trabalho conjunto; e a terceira, da criação de estruturas especializadas; tem como objetivo a complementação e suplementação da ação das cooperativas com a finalidade de melhor servir os sócios (IRION, 1997).

Depreende-se neste entendimento que a dimensão social aliada à dimensão econômica, caracterizada no Sexto Princípio Cooperativo, proporciona à sociedade cooperativa as bases necessárias para o desenvolvimento sustentável da sua responsabilidade social. O conceito de desenvolvimento sustentável, no qual está inserida a responsabilidade social, é alicerçado nos pilares da dimensão econômica, da dimensão social e da dimensão ambiental (MELO NETO; FROES, 2001).

2.4.4.7 Sétimo princípio – Preocupação com a comunidade

“As cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentado de suas comunidades, através de políticas aprovadas por seus membros”.

O movimento cooperativista, no contexto histórico, desenvolveu-se como uma via alternativa para a satisfação das necessidades da sociedade no que tange à exploração da mão-de-obra e à distribuição da riqueza gerada pela produção do modelo capitalista adotada pela Revolução Industrial no século XVIII.

A relação da entidade cooperativa com a sociedade percorre três fases distintas: a primeira fase – preocupação interna, cujo objeto imediato da entidade é a satisfação das necessidades dos sócios cooperados; a segunda fase – intermediária ou reguladora, quando a entidade estabelece relações com outras entidades cooperativas de modo a fortalecer seu próprio negócio e o sistema cooperativista de gestão; a terceira e última fase – integração com a comunidade, ocorre quando os benefícios gerados pela atividade da entidade cooperativa refletem-se no ambiente em que ela está inserida.

A ação da entidade cooperativa direciona-se não apenas para os seus associados, mas interage com a sociedade por meio da oferta de produtos e serviços, por menores preços, sem prejuízo de sua qualidade; da preocupação com o meio ambiente; da criação de oportunidades de trabalho, dado que suas atividades geram empregos; da melhoria do padrão de saúde e saneamento, qualidade de vida, uma vez que recolhe tributos aos órgãos governamentais suprindo o Estado dos recursos necessários para a execução de suas atribuições.

Conforme é apresentado no Quadro 03 – Cooperativismo no Brasil e o IDH, a importância do trabalho das cooperativas na sociedade é comprovada pelas repercussões econômicas que se produz e verifica-se que nos municípios onde existem cooperativas o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM é maior do que naqueles que não possuem cooperativas:

ESTADO	IDH MUNICÍPIOS COM COOPERATIVAS (*)	IDH MUNICÍPIOS SEM COOPERATIVAS (**)
MG	0.732	0.704
RJ	0.763	0.735
ES	0.745	0.713
SP	0.800	0.769
<p>(*) Valores obtidos através da média simples dos municípios com cooperativa</p> <p>(**) Valores obtidos através da média simples dos municípios sem cooperativa</p>		

democracia, liberdade, equidade, solidariedade e justiça social. Entre os princípios do cooperativismo, o primeiro, por exemplo, refuta a discriminação racial, por gênero, religião, sendo que qualquer pessoa, voluntariamente, pode fazer parte de uma cooperativa. O segundo e o terceiro mostram o senso de democracia e justiça no empreendimento: gestão e condução democrática (um homem, um voto) e distribuição proporcional das sobras conforme a participação de cada cooperado. No quinto princípio, enxerga-se a preocupação da cooperativa com a educação de seus membros, sejam cooperados, funcionários ou familiares. E o sétimo princípio mostra, preocupação com a comunidade, mostra que as ações do empreendimento estão voltadas para além de sua “porteira”, com foco, sempre, no bem-estar social.

Desde a Revolução Industrial, berço do cooperativismo, conforme ressalta o texto, as cooperativas nascem para corrigir distorções nas relações trabalhistas e de mercado que acabam privilegiando uns em detrimento de outros, numa atuação social das mais relevantes.

3 EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

3.1 O conceito de Balanço Social

O conceito de responsabilidade social e o clamor da sociedade pelo seu desenvolvimento foi fortemente pautado nos movimentos sociais da década de 60 na França, Alemanha, Inglaterra e, sobretudo, nos Estados Unidos, que participavam da Guerra do Vietnã, o que provocou o repúdio da população aliado ao boicote à aquisição dos produtos e ações das empresas que se encontravam envolvidas com o conflito. Assim, a fim de reagir às pressões sofridas pela sociedade e melhorar sua imagem perante consumidores e acionistas, empresas norte-americanas começaram a elaborar um modelo de demonstração social para a divulgação de suas ações sociais (TINOCO, 2001).

O documento e/ou relatório que reúne informações e demonstra as ações de caráter social desenvolvidas para os funcionários e comunidade onde a empresa encontra-se inserida recebe a denominação de Balanço Social.

Ribeiro e Lisboa (1999, p. 1) definem e justificam a elaboração do Balanço Social:

O Balanço Social é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para sua existência deve ser explicitada. Em síntese, esta justificativa deve provar que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valor à economia e à sociedade, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, por que desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente.

Sobre a importância da divulgação da responsabilidade social pela empresa, manifesta-se Eliseu Martins (1997, p. 3 apud SANTOS, 1999):

Esta consome recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente, que são enorme patrimônio gratuito da humanidade; utiliza capitais financeiros e tecnológicos que, no fim da cadeia, pertencem a pessoas físicas e, conseqüentemente, à sociedade; também utiliza capacidade de trabalho da sociedade, finalmente, subsiste em função da organização do Estado que a sociedade lhe viabiliza como parte das condições de sobrevivência. Assim, a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo em troca, no mínimo, prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos.

O conceito apresentado por Silva e Freire (2001, p. 104) de que balanço social é o conjunto de informações com base técnico-contábil, gerenciais e econômicas, capazes de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito a seus aspectos econômico-sociais, contribui para caracterizar a atribuição de evidenciar o cumprimento da função social da empresa, sendo vislumbrada a oportunidade da utilização da ciência contábil neste trabalho:

O Balanço Social, conforme Herbert de Souza (1997, p. 2 apud SILVA; FREIRE 2001) possui informações capazes de atender às necessidades dos mais diversos usuários. Oferece aos dirigentes os elementos necessários às tomadas de decisão, quando estas se referem aos programas de responsabilidade social desenvolvidos pela empresa; aos empregados garante a possibilidade de verem suas expectativas de remuneração e benefícios alcançando os padrões praticados pelo mercado de trabalho de forma sistematizada e quantificados; leva aos investidores e fornecedores o conhecimento sobre a maneira como a empresa encara suas responsabilidades em relação ao seu quadro humano; aos consumidores oferece uma idéia do clima humano que reina na empresa, aproximando-a do seu mercado consumidor; ao Estado, o balanço social pode fornecer subsídios para elaboração de normas legais que regulamentem, de maneira mais adequada, a atividade da empresa, visando o bem-estar da comunidade.

O primeiro país a tornar o Balanço Social obrigatório foi a França, por meio da promulgação da Lei 77.769, de 12/06/1977, obrigando as empresas com mais de 750 funcionários a divulgar o seu conjunto de informações de cunho social. É observado que o modelo francês prioriza demonstrar as relações dos empregados com a empresa,

é elaborado pela área de recursos humanos, tendo caráter informativo (SILVA; FREIRE, 2001).

O destaque da informação do Balanço Social francês pontua o emprego, as

Ainda a respeito, Silva e Freire (2001, p.78-95) afirmam que as empresas portuguesas com 100 ou mais empregados devem elaborar o Balanço Social ao final de seu exercício social, sendo o principal usuário de suas informações o Ministério do Emprego e da Seguridade Social. Considerando-se exemplo apontado por (SILVA; FREIRE, 2001), o Balanço Social Português, é observado que é composto de 5 capítulos, com a identificação da empresa e informações sobre o valor adicionado, custo com pessoal dentre outros já apresentados em sua página inicial. Quanto aos capítulos, encontram-se primeiro as informações sobre o emprego; no capítulo 2 - informações dos custos com pessoal; no capítulo 3 - indicadores de higiene e segurança no trabalho; no capítulo 4 - informações sobre formação profissional; e no capítulo 5 - informações a respeito de ações de apoio social dentro e fora da empresa.

Nota-se que as informações constantes dos Balanços Sociais francês, belga e português possuem enfoque quanto à responsabilidade social interna das empresas, enquanto que, conforme apontado por De Lucca (1998, p. 25), o enfoque do Balanço Social nos EUA é o ambiente externo, como a satisfação dos consumidores e/ou clientes, o controle da poluição, o incentivo a programas culturais e outros benefícios à coletividade, não sendo obrigatória a sua elaboração. A seguir são demonstrados o enfoque e a destinação do Balanço Social nos países em questão:

PAÍS	ENFOQUE	DESTINAÇÃO	OBRIGATORIEDADE DE ELABORAÇÃO
França	Informações referentes aos empregados, nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.	Ampla divulgação aos empregados.	Estabelecimentos públicos ou privados com número de empregados superior a 299.
Bélgica	Informações sobre o volume de emprego, movimentação de pessoal e formação dos empregados.	Estabelecimento da política de emprego por órgãos governamentais.	Obrigatório a todas as empresas.
Portugal	Informações referentes aos empregados, custo com pessoal, higiene e segurança no trabalho, formação profissional e benefícios complementares.	Ministério do Emprego e Seguridade Social e ampla divulgação aos empregados.	Empresas com mais de 100 empregados.
Estados Unidos	Qualidade do produto, controle da poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade.	Público externo	Não é obrigatório

Quadro 4 – Balanço Social – panorama internacional

Fonte: adaptado De Lucca (1998, p. 25)

3.1.1 A evolução histórica do balanço social no Brasil

Considerando o aspecto legal, a elaboração no Brasil do primeiro relatório com destaque para aspectos sociais das empresas foi instituída pelo Decreto-Lei 76.900/1975, que obrigava as empresas a elaborar a RAIS – Relação Anual de Informações Sociais, destinada a suprir as necessidades de controle, estatística e de informações das entidades governamentais da área social.

Observa-se que a RAIS não tem a característica de Balanço Social, haja vista a sua não publicação à coletividade e a utilização de suas informações exclusivamente pelos órgãos governamentais.

A RAIS apresenta informações das empresas que, na condição de empregadores, mantiveram empregados assalariados, temporários ou não, por determinado período de tempo, por meio de contrato de trabalho regido pela CLT – Consolidação das Leis Trabalhistas, e das empresas públicas e órgãos governamentais que empregaram, por meio do RJU – Regime Jurídico Único. O seu conjunto de informações abrange dados cadastrais referentes à atividade econômica da empresa, número de proprietários, data-base, porte do estabelecimento, participantes do PAT, identificação do empregado (PIS, sexo, idade, raça, deficiente, nacionalidade, instrução, admissão, movimentação, demissão, salário, horas de trabalho, ocupação, empregados afastados, valores de contribuição associativa e sindical).

Ainda a respeito do pioneirismo da publicação do Balanço Social, a NITROFERTIL, empresa estatal localizada no Estado da Bahia, apresentou em 1984 o primeiro relatório de cunho social denominado Balanço Social da Nitrofertil. Outras iniciativas a serem destacadas são as da TELEBRAS e do BANCO DO ESTADO DE SÃO PAULO (SILVA; FREIRE 2001), preocupados em dar publicidade às suas ações sociais. A partir de 1993, diversos setores da economia passaram a divulgar de forma mais recorrente, tornando o tema mais presente na mídia.

Somado a isso, no meio acadêmico, foi efetuada grande contribuição para o assunto, quando em 1984 o Prof. João Eduardo Prudêncio Tinoco, por meio de sua tese de livre docência “Balanço Social – Uma Abordagem Sócio-Ecônomo da Contabilidade”, discorreu sobre a evolução da contabilidade e seu campo de atuação, como ciência informativa, passando a destacar a importância da mensuração das ações de caráter social desenvolvidas pelas entidades empresariais, consubstanciando-as na elaboração do Balanço Social.

A adoção do Balanço Social, como instrumento de divulgação da responsabilidade social empresarial, intensificou-se e ganhou a atenção da mídia nacional, a partir da publicação do artigo de autoria de Herbert de Souza – o Betinho – intitulado “Empresa pública e cidadã”, no jornal Folha de São Paulo, em 1997, caracterizado como um marco na evolução do tema.

Na esfera legislativa ocorreu o Projeto de Lei 3.116/97, de 14/05/97, de autoria das deputadas Marta Suplicy (PT-SP), Sandra Starling (PT-MG) e Maria da Conceição Tavares (PT-RJ), que criava a obrigatoriedade da elaboração e publicação anual do Balanço Social pelas empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos, em todos os níveis de governo, independente do número de trabalhadores. Todavia, o Projeto de Lei foi arquivado em 01/02/1998.

Não obstante, o deputado Paulo Rocha (PT-BA) apresentou em 03/02/1999 o Projeto de Lei 0032/99 referente ao assunto, que segue tramitando desde 17/11/2004 na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio – CDEIC, quando foi proposta a realização de audiência pública para a sua discussão, conforme informação disponível no sítio eletrônico da Câmara dos Deputados, acesso em 02/09/06.

Aliado às ações na esfera legislativa, observa-se que vem crescendo a divulgação pelas empresas de suas ações sociais por meio do Balanço Social. De acordo com os dados do IBASE, em 1997 22 empresas publicaram o Balanço Social; este número saltou para 165 empresas em 2004, ou seja, um aumento de 650% em sete anos.

3.1.2 Aspecto estrutural do balanço social

Não há definição sobre a formatação da representação gráfica do Balanço Social e tampouco quais as informações que devem constar nele. Possivelmente, a sua obrigatoriedade por força de lei em muito contribuiria para uma padronização. O fato é que alguns institutos como IBASE e ETHOS sugerem modelos em geral muito semelhantes, embora algumas informações constantes num modelo não aparecem noutra.

A posição de Martins, E. (1998) é a de que:

[...] as empresas, o mercado e a comunidade devem definir a evolução e o amadurecimento desta forma de comunicação sem imposições legais e sem engessar este balanço com um padrão que, não necessariamente, é o mais adequado para todas as empresas.

Por outro lado, Silva e Freire (2001) discordam:

[...] se a forma de apresentação de informações for inteiramente livre, como tem sido, a prática, torna-se difícil uma avaliação social adequada da empresa, já que ela tende a informar apenas o que lhe parece conveniente, geralmente, sem dimensionar valores de gastos. Dessa forma, o balanço social confunde-se com uma mera peça de marketing.

O IBASE sugere, um modelo de balanço social específico para sociedades cooperativas, o qual é dividido em sete grandes grupos: **o grupo 1 – identificação**, caracteriza o ramo de atividade desenvolvida pela sociedade cooperativa; **o grupo 2 – indicadores do corpo funcional**, apresenta números estratificados para cooperados e empregados abordando admissões, demissões, mulheres, negros, remuneração média paga; **o grupo 3 – indicadores de organização e gestão** – apresenta informações quanto ao exercício da cidadania empresarial e gestão cooperativista, como valor repassado a cooperados, destino da sobra e parâmetro utilizado para sua repartição, existência de fundos, quantidade de assembléias realizadas, critérios para admissão de novos cooperados, renovação de cargos diretivos, prestação de contas, parceiros

externos, participação de cooperados no planejamento da cooperativa; **o grupo 4 – indicadores econômicos**, aponta faturamento bruto, outras receitas, patrimônio da cooperativa, impostos, folha de pagamento, sobra ou perdas, fundos; **o grupo 5 – indicadores sociais internos**, aponta valores e número de beneficiários com investimento em educação, cultura, creche, saúde, segurança trabalho; **o grupo 6 – indicadores sociais externos**, trata das ações desenvolvidas na comunidade com cultura, educação, doações e relacionamento com outras cooperativas; **o grupo 7 é reservado para outras informações** que a cooperativa julgar importante relatar.

O Instituto ETHOS sugere, por meio de seu Guia de Elaboração do Balanço Social, a elaboração de um Balanço Social mais extenso e descritivo, o qual é dividido em 4 partes a saber: **parte 1 – apresentação**, descreve a missão e visão da empresa, mensagem do presidente, perfil do empreendimento e o setor da economia em que a empresa atua; **parte 2 – a empresa**, conta o histórico da empresa, seus princípios e valores, sua estrutura organizacional e seu sistema de governança corporativa; **parte 3 – a atividade empresarial**, apresenta os resultados relevantes da gestão da empresa, utilizando-se, num primeiro momento, de indicadores econômicos quantitativos semelhantes ao Demonstrativo do Valor Adicionado, aqui denominados de “Geração e distribuição de riqueza”, “Produtividade” e “Investimentos” que apontam, por meio de valores monetários, o resultado positivo da atividade empresarial e sua distribuição entre partes interessadas, margem de lucratividade, liquidez, endividamento e valores investidos na empresa. Num segundo momento, passa-se aos indicadores de desempenho social, os quais são tratados em subitens com duas vertentes: a qualitativa, onde é relatada a extensão e a importância das ações, e a quantitativa, apontada por meio de unidades físicas e monetárias. Os indicadores de desempenho procuram revelar as ações de aspecto social desenvolvidas pela empresa e seus impactos sentidos no seu público interno, fornecedores, consumidores e clientes, comunidade, governo, sociedade e meio ambiente; por último, **a parte 4** traz um exemplar do **modelo do Balanço Social desenvolvido pelo IBASE**.

Em 1997 foi fundada a Global Reporting Initiative - GRI, iniciativa conjunta da Organização Não-Governamental norte-americana *Coalition for Environmentally Responsible Economics* ([CERES](#)) e do Programa Ambiental das Nações Unidas ([UNEP](#))

- United Nations Environmental Programme), consolidando o desejo de propiciar a adoção e uniformização dos relatórios de responsabilidade social publicados pelas empresas em todo o mundo.

A *Global Reporting Initiative* tem como missão o desenvolvimento e a disseminação global das diretrizes mais adequadas à elaboração de relatórios de responsabilidade social. Estas diretrizes são de uso voluntário para as organizações que desejem relatar, para além dos aspectos financeiros das suas atividades, produtos e serviços, também as dimensões sociais e ambientais. Segundo o sítio eletrónico da instituição *Global Reporting Initiative*, mais de 550 organizações de 45 países utilizam atualmente suas diretrizes como base para a elaboração dos seus relatórios de sustentabilidade.

A estrutura do relatório para a demonstração da responsabilidade social das empresas, versão 2002, é apresentado em seções: SEÇÃO 1 – Visão e Estratégia: declara a visão da organização e a sua estratégia de sustentabilidade, bem como declaração do diretor-presidente; SEÇÃO 2 – Perfil: fornece informações gerais sobre a organização e descreve o escopo do relatório, fornecendo ao leitor um contexto que lhe permita compreender e avaliar as informações no restante do documento; SEÇÃO 3 – Estrutura de Governança e Sistemas de Gestão: apresenta um panorama da estrutura de governança, de políticas de amplo alcance e de sistemas de gestão adotados para reproduzir a visão da organização no que se refere à sustentabilidade e em como gerenciá-la; SEÇÃO 4 – Sumário do Conteúdo da GRI: objetiva dar condições ao usuário do relatório de avaliar os indicadores por meio da identificação de suas seções; SEÇÃO 5 – Indicadores de Desempenho: lista os indicadores, os quais estão agrupados em econômicos, ambientais e social.

Cabe ressaltar que diferentemente do modelo IBASE e do conteúdo sugerido pelo relatório da GRI, a estrutura do apresentada no Balanço Social do Instituto ETHOS evidencia a utilização de informações relacionadas ao valor adicionado, ou seja, demonstra como foi criada a riqueza pela empresa e como ela foi distribuída aos agentes participantes do processo produtivo.

A utilização da denominação Balanço Social ao relatório cujo objetivo é a demonstração das ações de caráter social da empresa é questionável, haja vista não apresentar na sua configuração o elemento Passivo, que demonstra a origem dos recursos, restringindo a listar o seu Ativo, ou seja, as aplicações de recursos. Os modelos apresentados de Balanço Social assemelham-se a relatórios gerenciais, nos quais são apontados os gastos e as contribuições da empresa para a sociedade e para a comunidade em que ela está inserida, sem considerar o quanto ela processou em valores monetários em prol disso. O instrumento poderia ser denominado Relatório Social, entretanto, o marketing institucional da empresa iria perder com isso. Assim, é destacado o aspecto ideológico em detrimento da apresentação de informações sobre valor adicionado, uma vez que a pormenorização de informações poderia beneficiar os concorrentes diretos das empresas que o publicam.

3.2 O conceito do valor adicionado

Dentro da visão econômica, (DE LUCCA, 1998) afirma que o valor adicionado ou valor agregado é utilizado para a avaliação do chamado PN – Produto Nacional. O Produto Nacional, para o referido autor, é “a medida em unidades monetárias do fluxo total de bens e serviços finais produzidos pelo sistema econômico em determinado período”

O conceito de valor adicionado e a sua materialização na sociedade são relatados, segundo Tinoco (2001, p. 97):

[...] para exercer sua atividade toda empresa deve procurar no mercado bens e serviços. Ela utiliza os equipamentos, seus capitais, o trabalho de seus assalariados para realizar outros bens e serviços, que por seu lado serão vendidos. A empresa se coloca, pois entre dois mercados e agrega valor pela operação de transformação, via simples distribuição que ela opera.

Por sua vez, Rodrigues (1996, p. 44) declara “O valor adicionado, em Contabilidade Nacional ou Macroeconomia, é a diferença para o produtor, entre o valor da produção avaliada a preços de mercado e aquele de seu consumo intermediário”.

No conceito econômico, é denominado valor adicionado a mensuração das atividades econômicas de um país, o quanto as atividades produtivas agregam de valor aos insumos adquiridos.

No âmbito contábil, o conceito de valor adicionado é desenvolvido num ambiente microeconômico, considerando-se as transações econômicas ocorridas dentro dos limites de uma empresa, com base no total das vendas realizadas e não do seu processo produtivo como um todo.

Segundo De Lucca (1998, p. 32), o valor adicionado “é obtido, de forma geral, pela diferença entre as vendas ou produção e o total dos insumos adquiridos de terceiros”.

Sobre o assunto Belkaqui (1998, p. 12) declara:

O valor adicionado se refere ao incremento na riqueza gerada pelo uso produtivo dos recursos das firmas antes da sua colocação entre acionistas, credores, trabalhadores e o governo. Assim, enquanto o lucro é o retorno final ganho pelos acionistas, o valor adicionado se refere ao retorno total ganho pelos trabalhadores provedores de capital e o governo. (tradução livre)

Assim, é possível visualizar por meio do valor adicionado se a sociedade fornecedora dos elementos utilizados no processo de produção também está sendo beneficiada pela riqueza produzida.

Acrescido a isso, (RODRIGUES, 1996) afirma a utilização do valor adicionado como indicador de eficácia de gestão empresarial, uma vez que é permitida a visualização da distribuição do resultado positivo da atividade empresarial, isto é, a parte que cabe aos associados (lucro distribuído) e aquela retida na empresa (reservas).

(RIBEIRO; LISBOA, 1999) apresentam de forma sucinta a operação de transformação realizada pelas empresas, partindo da receita de vendas e chegando

aos totais dos recursos distribuídos. O resultado da receita de vendas, deduzido dos custos dos recursos adquiridos de terceiros e consumidos durante o processo produtivo, corresponde à riqueza gerada pela empresa, ou seja, o quanto a empresa adicionou aos insumos e serviços adquiridos de terceiros e que podem ser constituídos por matéria-prima, mercadorias para revenda, serviços, energia elétrica, entre outros, para chegar ao seu produto ou serviço final, denominando-o de Valor Adicionado Bruto.

Desenvolvendo esse conceito, quando se deduz do Valor Adicionado Bruto os valores referentes à utilização dos ativos fixos – depreciação, amortização e exaustão – chega-se ao Valor Adicionado Líquido.

Finalizando o raciocínio, a este Valor Adicionado Líquido são acrescentados as receitas financeiras, ganhos com participações acionárias e receitas de aluguel para renda, referentes a investimentos e ganhos passados e denominados de Valor Adicionado Recebido em Transferência que será incorporado ao Valor Adicionado Total a Distribuir.

Os beneficiários deste recurso gerado são: os empregados, que recebem salários e outros benefícios como contraprestação à sua força de trabalho cedida à empresa; os acionistas, que recebem lucros em troca do capital que deixaram à sua disposição; os financiadores externos, que recebem o pagamento pela utilização de seus recursos monetários na empresa; o estado, que recebe os tributos cobrados pelas operações efetuadas pela empresa; os investidores, que aportam recursos e são remunerados pelas taxas pactuadas e a própria empresa, quando da retenção de parte do resultado para a constituição de reservas.

A seguir é apresentado no quadro 5 o modelo esquematizado da constituição do valor adicionado e sua distribuição aos diversos agentes que colaboraram para a sua formação:

EMPRESA:	
DESCRIÇÃO	VALORES
	R\$ (milhares)
1 - RECEITAS	
1.1 - Vendas de mercadorias, produtos e serviços	
1.2 - provisão p/ devedores duvidosos - Reversão / Constituição	
1.3 - Não Operacionais	
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui os valores dos impostos)	
2.1 - Matérias-primas consumidas	
2.2 - Custo das mercadorias e serviços vendidos	
2.3 - Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	
2.4 - Perda / Recuperação de valores ativos	
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)	
4 - RETENÇÕES	
4.1 - depreciação, amortização e exaustão	
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)	
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	
6.1 - Resultado de equivalência patrimonial	
6.2 - receitas Financeiras	
7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)	
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	
8.1 - Pessoal e encargos	
8.2 - Impostos, taxas e contribuições	
8.3 - Juros e alugueis	
8.4 - Juros s/ capital próprio e dividendos	
8.5 - Lucros retidos / prejuízos do exercício	
* O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7	

Quadro 5 – Demonstração do Valor Adicionado
 Fonte: adaptado DE LUCCA (1988, p. 25)

3.2.1 A responsabilidade social e a DVA

O Balanço Social evidencia as ações sociais da empresa e sua preocupação com o meio que a cerca, disponibilizando informações sobre empregados: quantidade, sexo, escolaridade, encargos sociais recolhidos ao governo, benefícios oferecidos; sobre investimentos na comunidade: patrocínio a jogos esportivos, peças de teatro, campanhas de saúde e conservação do meio ambiente.

A estrutura do Balanço Social disponibiliza informações de caráter social, contudo, se não se acrescentar o Valor Adicionado a ela, deixará de revelar a principal contribuição da empresa para aqueles que auxiliaram para o alcance de seu resultado. Marion (2005, p. 486) descreve sua importância:

O principal item do Balanço Social é o valor adicionado... Muito comum nos países da Europa Ocidental o Valor Adicionado ou Valor Agregado procura evidenciar para quem a empresa está canalizando a renda obtida; ou, ainda, admitindo que o valor que a empresa adiciona por meio de sua atividade seja um “bolo”, para quem está sendo distribuído as fatias do bolo e de que tamanho são estas fatias?

Neste contexto, Santos (1999, p. 98) destaca a importância do DVA – Demonstrativo do Valor Adicionado para evidenciar aqueles que contribuíram para o resultado da empresa:

Neste aspecto, a demonstração do Valor Adicionado – DVA é muito mais abrangente, pois está exclusivamente voltada para a apuração do resultado porquanto considera outros fatores de produção e aponta suas respectivas remunerações. São componentes dessa demonstração, além da informação relativa à riqueza gerada pela empresa, a forma com que essa riqueza é distribuída através de impostos pagos ao governo, juros e aluguéis destinados a financiadores externos, remunerações pagas aos trabalhadores e lucros e dividendos (ou juros sobre o capital próprio, como previsto na legislação brasileira) atribuídos aos proprietários, sócios e acionistas”.

De Lucca (1998, p. 28) conceitua: “

A Demonstração do Valor Adicionado – DVA é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração.

Assim, a DVA permite, além da identificação da riqueza gerada exclusivamente pela empresa, a identificação daquela riqueza recebida em transferência, apresentando, ainda, um mapeamento de como essas riquezas são distribuídas aos seus diversos beneficiários: empregados, governo, financiadores externos, acionistas e a própria empresa.

A Demonstração do Valor Adicionado propõe um novo olhar no resultado empresarial, satisfazendo a necessidade de ser visualizada a responsabilidade social, a remuneração dos fatores de produção, a preocupação com o meio ambiente e a comunidade no desenvolvimento das atividades da empresa.

Desse modo, empregados, governo, fornecedores e comunidade, de posse dessas informações, poderão avaliar questões relativas a salários, empregos, produtividade, segurança no emprego, montante de pagamento de impostos, investimento no meio ambiente e na comunidade por meio de ações sociais.

Observa-se uma lacuna quanto a indicação do valor adicionado gerado pela empresa, uma vez que ela utiliza o Demonstrativo do Resultado do Exercício – DRE - que prioriza a exibição do lucro em detrimento dos agentes econômicos envolvidos no processo produtivo.

No Brasil, a lei societária em vigor – LEI 6.404, de 15/12/1976 – que dispõe sobre as Sociedades por Ações, não prevê em seu bojo a elaboração da Demonstração do Valor Adicionado. No entanto, encontra-se em tramitação na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei nº 3.741/2000, de autoria do Poder Executivo, que altera e revoga dispositivos da Lei 6.404, conforme informação disponível no sítio eletrônico da Câmara dos Deputados, acesso em 03/05/07, o último despacho era de 12/04/2007 da Comissão de Finanças e Tributação – CFT, e no qual se prevê no artigo 176 a inserção do Demonstrativo do Valor Adicionado, conforme transcrição a seguir:

Art. 176. Ao fim de cada exercício social, a Diretoria da companhia fará elaborar, com base na escrituração mercantil, as seguintes demonstrações contábeis, que deverão exprimir com clareza a situação patrimonial e financeira e as mutações ocorridas no exercício:

...

II - demonstração das mutações do patrimônio líquido;

...

IV - demonstração dos fluxos de caixa; e

V - demonstração do valor adicionado.

Conforme o artigo 2º do Projeto de Lei, as disposições relativas à elaboração e publicação das demonstrações contábeis aplicam-se, também, às sociedades de grande porte.

Ainda a respeito, o Conselho Federal de Contabilidade – CFC, por meio da Resolução CFC 1.010/05, de 21/01/05, aprovou a NBC T 3.7 – Demonstração do Valor Adicionado, a qual estabelece procedimentos para evidenciação de informações econômicas e financeiras, relacionadas ao valor adicionado pela entidade e sua distribuição.

Conforme apontado no instrumento normativo em tratativa à Demonstração do Valor Adicionado – DVA, deve seguir as seguintes observações:

- a) as informações devem ser extraídas da contabilidade e os valores informados devem ter como base o princípio contábil da competência;
- b) a DVA deve ser apresentada de forma comparativa mediante a divulgação simultânea de informações anuais, referentes ao período atual e anterior;
- c) a DVA, quando divulgada, deve servir como informação complementar às Demonstrações Contábeis, não se confundindo com as notas explicativas;
- d) a DVA deve ser consistente com a demonstração do resultado e conciliada com os registros auxiliares mantidos pela entidade;
- e) a DVA deve incluir representações percentuais participativas, ou seja, do valor adicionado a distribuir total em comparação com os valores distribuídos com os diversos públicos envolvidos;

- f) a Demonstração do Valor Adicionado deve ser objeto de revisão ou auditoria se a entidade possuir auditores externos independentes que revisem ou auditem suas Demonstrações Contábeis.

Depreende-se deste capítulo a importância do Balanço Social e da DVA – Demonstração do Valor Adicionado para evidenciar e divulgar as iniciativas de responsabilidade social de um empreendimento.

No Brasil, por lei, as empresas são obrigadas a publicar o DRE – Demonstrativo dos Resultados do Exercício, que ressalta o lucro em detrimento dos agentes econômicos envolvidos no processo produtivo, moldando a empresa apenas pelo lado financeiro. Já o papel do Balanço Social, conforme apresentado, é registrar e destacar os projetos e ações de caráter social da empresa que impactam positivamente nos seus públicos de relacionamento. Para completar, contabilmente, a evidenciação e divulgação das ações sociais torna-se necessária a utilização da DVA, que demonstra o valor da riqueza gerada pela empresa – o quanto se agregou de valor ao produto ou serviço – e a destinação desta riqueza produzida, principalmente àqueles que contribuíram para a obtenção do resultado, como funcionários, comunidade, governo, etc. A DVA completa o Balanço Social pois mostra a origem e o destino dos recursos que geram projetos, ações e impactos sociais.

4 METODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA

4.1 Considerações iniciais

Este trabalho apresenta um estudo sobre a responsabilidade social desenvolvida por uma sociedade cooperativa do ramo de varejo, denominada COOP – Cooperativa de Consumo, em operação na região metropolitana da cidade de São Paulo, especificamente na região do ABC paulista, abrangendo as cidades de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá e Ribeirão Pires – e em cidades do interior do Estado de São Paulo (Piracicaba, São José dos Campos, Sorocaba e Tatuí).

Conduzida por meio de um estudo de caso, o trabalho foi apoiado em pesquisa bibliográfica que segundo (MARTINS, 2002), consiste em conhecer as contribuições científicas sobre determinado assunto, tendo como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre ele.

O estudo de caso é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2005, p.32).

Considerando-se que o fenômeno da responsabilidade social está intrínseco ao contexto da doutrina cooperativista, adotou-se esta técnica de pesquisa no desenvolvimento do trabalho proposto, sendo estabelecido quatro fases para a sua consecução, não mutuamente exclusivas: exploratória, delimitação do estudo, análise sistemática e redação do relatório, conforme entendimento proposto por Martins e Lintz (2000).

4.2 Caracterização da organização

A organização estudada caracteriza-se pelo sucesso duradouro e reconhecido no seguimento em que atua. Em operação desde 20/12/1954 vem competindo no ramo do varejo, mais especificamente no setor de supermercados. O sucesso em seus negócios é decorrência de sua capacidade de se adaptar às novas exigências dos consumidores do mercado, adotando políticas gerenciais adequadas à economia brasileira, sem que com isso se distancie da doutrina cooperativista, orientada para com a responsabilidade social, buscando a realização dos anseios de seus associados, funcionários e familiares.

nacional. Fato este a ser ponderado, considerando que a maior empresa do ramo está presente em 12 estados do território nacional com 556 lojas, e a COOP atua apenas no estado de São Paulo, com 22 lojas.

A COOP registra indicadores de produtividade expressivos no conjunto das 10 maiores redes do país, conforme é apontado pela Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS:

- O faturamento por *check-out* atingiu R\$ 2.392.488,00 no ano de 2005, superando o líder do mercado e até empresas multinacionais atuantes no mercado brasileiro;
- O faturamento por metro quadrado, R\$ 17.092 milhões, está em 3º lugar no ranking das 10 maiores;
- Em relação ao faturamento por empregado, é o 1º lugar do ranking.

Os indicadores de produtividade da COOP, relativos à posição Ranking Abras 2006, conferem um destaque especial à organização estudada perante os demais concorrentes do segmento de supermercados, uma vez que com atuação regional – Grande ABC (16 lojas) e interior do estado de São Paulo (6 lojas) – demonstra resultados que chegam a superar redes com atuação bem mais ampla, tanto nos cenários regionais quanto no nacional.

4.3 Fase exploratória

Esta fase objetivou, em um primeiro momento, por meio da pesquisa bibliográfica, conceituar responsabilidade social e apontar sua dimensão: a responsabilidade social interna e a responsabilidade social externa.

Somado a isto se buscou, com base na legislação vigente que dispõe sobre o cooperativismo no Brasil, a Lei 5.764 de 16/12/1971, conceituar a empresa cooperativa,

apresentar seu modelo de gestão com forte orientação para a realização social por meio do desenvolvimento da atividade econômica.

Ainda a respeito, teceu-se uma visão histórica da doutrina cooperativista e o apontamento de seus princípios, estabelecidos pela Aliança Cooperativa Internacional – ACI, órgão que congrega o cooperativismo mundial.

Posteriormente, a pesquisa apresentou o modelo de demonstração social utilizado pelas entidades empresárias – Balanço Social - para a divulgação de suas ações sociais, com destaque para o conceito do valor adicionado e da Demonstração do Valor Adicionado. Neste momento é evidenciada a importância da ciência contábil como um instrumento eficiente para a mensuração e a divulgação da responsabilidade social.

Quando da fase da pesquisa de campo foi caracterizado, por meio de pesquisas em anuários e periódicos da cooperativa objeto de estudo, sua história, contextualização e evidenciação de suas ações sociais.

4.4 Pesquisa de campo

O investigador é orientado, no início de sua pesquisa, a construir um projeto de estudo a ser desenvolvido. Este projeto possibilitará a ligação dos dados coletados às proposições objeto do estudo de caso e fornecerá critérios para a sua análise. Ao proceder desta maneira, o investigador terá um roteiro objetivo e habilitado para orientá-lo durante todo o processo de realização do estudo, a fim definir os dados a serem coletados e a estratégia para sua análise, possibilitando-lhe fazer contribuições e generalizações para o tema da pesquisa. (YIN, 2005).

A estratégia de obtenção de informações e dados foi executada de forma contínua e objetivou a apreender, compreender e interpretar o tratamento do fenômeno

da responsabilidade social na gestão cooperativista. Foi efetuada de uma forma seqüencial, partindo-se do contexto geral para a especificidade do objeto de estudo de caso, como apresentado na Figura 01:

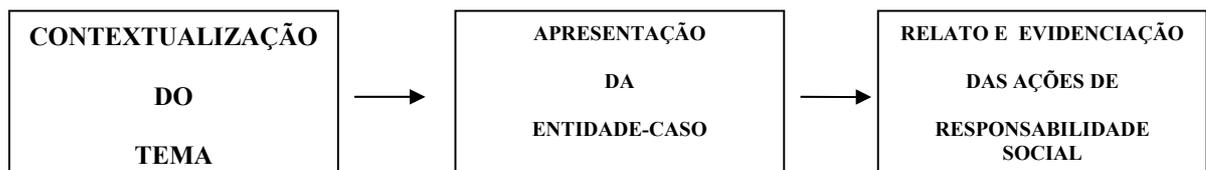


Figura 01 – Estratégia de coleta de informações

Fonte: Do autor

Durante todo o processo de trabalho de campo utilizou-se pesquisa bibliográfica para a formulação de um referencial teórico sobre o assunto, a fim de orientar o levantamento de dados.

4.5 Fontes e instrumentos de coleta

Conforme observa Yin (2005, p. 109), em estudos de caso podem ser utilizados seis instrumentos para a coleta de dados: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.

Esta pesquisa utilizou como instrumento de coleta de dados a análise de documentos da entidade caso em estudo, listados no subitem 4.51, subsidiado a um roteiro de entrevista, detalhado no subitem 4.5.2, com o objetivo específico de caracterizar a cooperativa em estudo, contextualizar o conceito de responsabilidade social na sua gestão, descrever as ações de responsabilidade social desenvolvida para o seu público interno e externo e a forma praticada na sua divulgação.

4.5.1 Relação de documentos

É relacionado, a seguir, as fontes documentais utilizadas no trabalho de evidenciação das ações de responsabilidade social do empreendimento cooperativista:

- a) Balanço Social da COOP – Cooperativa de Consumo, triênio 2003 / 2005;
- b) Estatuto Social da COOP – Cooperativa de Consumo;
- c) Periódico COOP Revista, edições out/1994, abr e mai/2006 e jan/2007;
- d) Relatório de Gestão 2005 da COOP – Cooperativa de Consumo;
- e) Relatório Gerencial “Perfil Patrimonial das Unidades da COOP”.

4.5.2 Roteiro de entrevista

CARACTERIZAÇÃO DA COOPERATIVA

Fundação / Início da Operação

Fatos relevantes ocorridos na história da empresa:

- Incorporações,
- Fusões,
- Aquisições,
- Mudança da logomarca.

Evolução do número de lojas

Distribuição espacial das lojas

Evolução do número de empregados

Evolução do número de associados

Caracterização do porte das lojas

Evolução das vendas

Posição no ranking do setor

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GESTÃO DA COOPERATIVA

Identificar instrumentos que garantam a gestão igualitária do capital da cooperativa

Identificar instrumentos que garantam a participação democrática do associado na gestão da cooperativa

Identificar a percepção dos valores da doutrina cooperativista na gestão dos negócios

RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA O PÚBLICO INTERNO

A cooperativa possui programas efetivos de integração dos novos contratados ao seu ambiente de trabalho?

A cooperativa possui práticas e programas efetivos que incentivam o diálogo e a participação dos funcionários nos processos decisórios em todos os assuntos que lhes dizem respeito?

A cooperativa procura salvaguardar as melhores condições de trabalho, segurança e saúde para os seus funcionários?

A cooperativa mantém programas de previdência complementar para os seus funcionários? Plano de saúde? E outros benefícios?

A cooperativa mantém programas de lazer, cultura, educação e desenvolvimento para seus associados, funcionários e familiares?

A cooperativa respeita a legislação relativa ao trabalho de menores?

A cooperativa mantém programa de participação nos resultados, bônus ou premiação?

<p style="text-align: center;">RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA O PÚBLICO EXTERNO</p>
--

A cooperativa possui sistemas formais de comunicação com os seus clientes, que possibilitem conhecer as suas solicitações, os seus pedidos, as suas reclamações, as suas necessidades?

A cooperativa participa junto com os Poderes Públicos em iniciativas de interesse e responsabilidade social?

A cooperativa considera que já cumpriu seu objetivo de responsabilidade social quando paga todos os seus impostos e tributos e cumpre todas as legislações e regulamentações existentes?

A cooperativa mantém canais efetivos de comunicação com a comunidade?

A cooperativa cria, implanta e incentiva projetos voltados à comunidade no âmbito cultural, educacional, de saúde, de lazer e esporte?

A cooperativa fomenta e apóia a criação de outras cooperativas na comunidade visando à solução de problemas comunitários e sociais em geral (idosos, deficientes, jovens recém-formados e sem experiência, cooperativas de crédito etc.)

A cooperativa se envolve com as grandes causas sociais da atualidade: desarmamento da população, consumo e tráfico de drogas, criminalidade e segurança, desemprego e diminuição da renda familiar, analfabetismo, trabalho de menores, trabalho escravo?

A cooperativa tem políticas e práticas explícitas de controle e prevenção de degradação ambiental?

A cooperativa desenvolve e/ou desenvolveu projeto de cunho social? Qual o público atingido? Qual é o objetivo da promoção desse projeto?

DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DE CUNHO SOCIAL

A cooperativa promove a divulgação de suas ações sociais?

Qual é o objetivo da promoção da divulgação de suas ações sociais?

Qual é o recurso utilizado no processo de divulgação das ações sociais desenvolvidas pela cooperativa?

5 O ESTUDO DE CASO

5.1 Histórico da entidade do caso

No início da década de 1950, a cidade de Santo André, localizada próxima à Capital, guardava grande parte do ar interiorano. Nessa mesma época complexos industriais são instalados e com eles um grande número de pessoas passam a residir na região. A cidade é dividida e surge a comarca de São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e os municípios de Mauá, Ribeirão Pires e, pouco mais tarde, Diadema. É fundado o jornal Correio de Santo André, são criadas a diocese da cidade e o Fórum da Comarca (SAUERBRONN; MORAES, 1994).

A região vivenciava uma época desenvolvimentista, no entanto, não dispunha de comércio varejista condizente com as aspirações dos consumidores, sendo comum o deslocamento desses consumidores para a Capital de São Paulo para efetuar suas compras nos bairros da Mooca, Braz e Luz, sob pena de pagar preços abusivos no improvisado comércio existente.

No bairro da Lapa, em São Paulo, existia uma cooperativa de consumo fundada para atender os funcionários da São Paulo Railway, aberta ao público em geral. Essa casa de comércio denominada Cooperativa do Consumo Popular da Lapa era bem conhecida dos funcionários da Companhia Química Rhodia Brasileira, da Sociedade Rhodiaceta e Valisère, seja por residirem em São Paulo, seja por ouvirem indicações dos que lá moravam. Todos os meses muitos dos funcionários que residiam em Santo André, atraídos pelos bons preços, se deslocavam até a Lapa, utilizando o trem de subúrbio, para o abastecimento de gêneros de primeira necessidade.

Em 20 de outubro de 1954, considerando o modelo da Cooperativa do Consumo Popular da Lapa e estudos sobre o cooperativismo, 292 empregados das empresas Rhodia, Rhodiaceta e Valisère, todas de origem francesa e sediada em

Santo André, decidiram fundar uma cooperativa para suprir as necessidades de consumo de todo o quadro funcional do chamado Grupo Rhodia, em sua quase totalidade residente no ABC Paulista. É de salientar o apoio da multinacional francesa, que adiantou as primeiras subscrições de capital feitas para pagamento em 10 prestações mensais, além de permitir que funcionários se dedicassem na organização da nova cooperativa que levaria seu nome: Cooperativa de Consumo dos Empregados das Cias Rhodia, Rhodiaceta e Valisère (SAUERBRONN; MORAES, 1994).

Inaugurado seu primeiro armazém no sistema convencional, a cooperativa logo se tornou um sucesso entre os funcionários do Grupo Rhodia. Dos 292 cooperados fundadores chegou-se a 1.887 no final de 1954, 4.114 em 1960 e 12.232 ao final de 1970.

5.1.1 Sistema de auto-serviço

Em 1955 é introduzido no Brasil o conceito de lojas de auto-serviço no varejo, também conhecido como pegue-e-pague. Entendendo a diretoria da cooperativa que este era o caminho a ser seguido, optou pela transformação do seu armazém na primeira loja de auto-serviço na região do ABC Paulista, e também pioneira nesta modalidade de atendimento no âmbito das cooperativas de consumo brasileiras. O sistema trazia vantagens, uma vez que não era mais necessário esperar com a lista na mão o momento de ser atendido pelo balconista, além de poder escolher dentre as opções disponíveis aquela que melhor lhe atendia (SAUERBRONN; MORAES, 1994). O sucesso alcançado pela cooperativa trouxe a necessidade de abrir mais um ponto de distribuição a fim de atender os funcionários que moravam do outro da linha de trem, sendo inaugurada em 29/07/1959 a segunda loja – Parque das Nações.

É de ressaltar que parte do sucesso alcançado pelo empreendimento da Cooperativa de Consumo deveu-se à imunidade tributária, pois sendo constituída sob a

figura de cooperativa, tanto no plano doutrinário como operacional, não vendia mercadoria aos seus associados e sim distribuía produtos. No entanto, em 1967 foi introduzido, na legislação tributária, o ICM – Imposto sobre Circulação de Mercadorias, fato que igualou as cooperativas de consumo aos supermercados quanto à incidência do imposto em suas operações, exigindo grande esforço das cooperativas para a adaptação à nova legislação. Algumas das cooperativas da época não resistiram e encerraram suas atividades.

5.1.2 Abertura do quadro associativo

No final de 1970 inicia-se então uma nova fase. A denominação da cooperativa passa a ser Cooperativa de Consumo dos Empregados do Grupo Rhodia. Nessa fase o grupo industrial resolve desativar a produção na cidade de Santo André e mudar a fábrica Rhodiaceta para a região nordeste do país. No início da década de 1970 a cidade de Santo André ganha um novo centro de abastecimento: a maior loja de supermercado do grupo Pão de Açúcar, denominada JUMBO, exatamente pelas suas dimensões.

A cooperativa começa a ter problemas, não tanto pelo aumento da concorrência, mas pela diminuição do quadro de funcionários do grupo. O grupo transferiu parte da sua produção mais poluente para a região de Paulínia, interior do Estado de São Paulo, e o setor administrativo para o Centro Empresarial, localizado na região sul da cidade de São Paulo. A conjugação desses fatores levou ao encolhimento do quadro associativo da Cooperativa, que atendia exclusivamente seus funcionários ativos.

Segundo o entrevistado, ao mesmo tempo em que isso acontecia, existia o desejo da sociedade em geral do ABC em fazer suas compras na Cooperhodia, não sendo poucos os casos de não-associados surpreendidos enquanto compravam

utilizando o cartão de associados. A Lei 5.764/71, com destaque para os artigos 85 e 87, veio, dentre outras coisas, consolidar e corrigir imperfeições das diversas legislações sobre o cooperativismo até então existentes, permitindo que as cooperativas pudessem abrir o direito de compra para terceiros não-cooperados, desde que respeitados os parâmetros do Conselho Nacional de Cooperativismo. Assim, em Assembléia Geral, em 30/06/1976, é aprovada oficialmente a mudança do estatuto, e o Conselho de Dirigentes da Cooperhodia decidiu abrir o direito de compra para terceiros não-cooperados.

A abertura do capital proporcionou o crescimento de associados, recuperando os aposentados do grupo que ficaram impedidos de continuar fazendo suas compras após o afastamento das suas funções no grupo Rhodia, bem como todas as pessoas e famílias que viam vantagens em comprar em seus estabelecimentos. O reflexo da abertura do capital dobrou o número de associados que naquela data somava 17.500.

5.1.3 Consolidação do empreendimento

No início da década de 80, fica claro que a Cooperhodia não ia parar de crescer e era preciso espaço para estocar produtos para atender as suas cinco lojas. Chegou-se à conclusão de que a saída era centralizar todas as mercadorias, organizar entregas e a distribuição, liberando mais espaço para os consumidores, e melhorar as condições de armazenamento de perecíveis. Em 23/05/1981 tem início as operações do Depósito Central, situado em Santo André.

Em 09/12/1983, a Cooperhodia inaugura sua primeira loja fora do ABC Paulista. Atendendo apelos dos funcionários do grupo Rhodia de uma fábrica localizada em São José dos Campos, a cooperativa instala sua 6ª loja, com 3.800 m² de área. Conforme depoimento do entrevistado, a abertura da loja de São José dos Campos só

se viabilizou após a abertura da associação ao público em geral, haja vista ser muito pequeno o número de empregados da Rhodia naquela cidade.

Em 1984 a cooperativa completava 30 anos, data marcada com a inauguração de uma nova loja em São Bernardo do Campo, evidenciando o amadurecimento do empreendimento (SAUERBRONN; MORAES, 1994).

A fim de ganhar mercado, a cooperativa adotou a estratégia de celebrar convênios com empresas da região do ABC e de São José dos Campos, e implantou em 1987 o Cartão de Controle de Fornecimento (CCF), através do qual os funcionários e diretores das 192 empresas conveniadas podiam fazer compras na Cooperhodia num determinado período do mês, respeitando um limite fixado no próprio cartão, proporcional ao salário, e o valor dispendido era descontado da folha de pagamento no final do mês, sem nenhum acréscimo.

Em 1992, os escritórios são reunidos em um Centro Administrativo, localizado em Santo André. Também são ampliados os serviços aos cooperados na área de saúde, através de parceria com a Samcil, e na de seguros por intermédio do convênio com a Indiana Companhia de Seguros Gerais. Ao completar 40 anos, em 1994, tem início a implantação gradativa do sistema de leitura ótica dos códigos de barras em todas as lojas da rede, a cooperativa pisa firme o caminho da automação (SAUERBRONN; MORAES, 1994).

5.1.4 Mudança da logomarca

Com a abertura do seu quadro associativo, a cooperativa passou a atender preponderantemente cooperados que não eram ou nunca tinham sido funcionários do grupo Rhodia, mas a sua denominação continuava a ela fixada, por força do nome e tradição.

Em 27/02/1998, a cooperativa altera sua denominação passando a se chamar Coop-Cooperhodia, objetivando desassociar-se da imagem do Grupo Rhodia. A alteração não surtiu eficácia, uma vez que a cooperativa resolveu introduzir no mercado sua marca própria, na qual, ainda, figurava o nome Rhodia. Assim, para os produtos de marca própria foi adotada a logomarca COOP PLUS e, em 1999, a razão social da cooperativa foi novamente alterada, passando a COOP Cooperativa de Consumo, a atual logomarca.

A fim de consolidar sua posição no mercado a COOP reformou, adaptou, expandiu seu número de lojas e investiu pesado em informática. No quadro 07 – Perfil das Lojas da COOP, é apresentada a situação das atuais lojas da rede, sendo destacado que a empresa opera com drogaria em suas unidades, distribuindo remédios a preços reduzidos aos seus associados, cujo sucesso deve-se à forma de operar a atividade sem objetivo de lucro, conforme preceitos da doutrina cooperativista que é voltada para o social.

UNIDADE	INAUGURAÇÃO	ÁREA DE VENDA m2		Nº CHECK OUTS		VAGAS	Nº DE
		LOJA	DROGARIA	LOJA	DROGARIA	ESTAC/TO	EMPREGADOS
Queiroz dos Santos	20/10/1954	3.684	96	19	2	185	199
Pque das Nações	29/7/1959	1.600	97	11	1	55	132
Joaquim Nabuco	11/12/1972	3.982	116	30	2	311	412
S. C. Sul	8/12/1973	2.640	100	18	1	94	210
Industrial	5/10/1977	4.000	95	26	1	278	266
Santana - SJC	9/12/1983	3.800	90	22	1	198	243
R. Pires	9/12/1988	4.000	124	24	1	267	245
Perimetral	1/4/1991	3.898	115	19	2	136	223
Capuava	1/4/1991	2.666	160	18	2	184	198
V. Luzia	3/4/1992	1.650	89	14	1	160	139
Carijos	8/7/1997	1.800	75	15	1	250	145
Mauá	5/4/2000	3.965	117	23	1	340	214
Morumbi - SJC	26/10/2000	4.100	112	19	1	315	197
Pereira Barreto	13/12/2000	1.315	96	11	1	250	115
Faria Lima	4/4/2001	680	76	10	1	120	58
Tatui	31/8/2001	3.080	95	19	1	245	157
Rudge Ramos	15/10/2001	1.900	100	11	1	144	121

continua

UNIDADE	INAUGURAÇÃO	ÁREA DE VENDA		Nº CHECK OUTS		VAGAS ESTAC/TO	Nº DE EMPREGADOS
		LOJA	DROGARIA	LOJA	DROGARIA		
Café Filho	25/7/2002	2.350	120	16	1	208	165
Diadema	29/5/2002	2.530	160	16	1	185	146
Itavuvu	27/11/2002	3.350	117	20	1	300	169
Árvore Grade	4/12/2003	3.250	105	20	1	330	169
Vollet Sachs	23/6/2004	3.000	120	17	1	260	152
CD Utinga	23/5/1981						202
Centro ADM	20/4/1992						224
Central Panificação	20/10/2000						144
Manutenção	1/4/2006						94
Centro Médico							9

Quadro 6 – Perfil das lojas da COOP

Fonte: Do autor, adaptado do relatório gerencial “Perfil patrimonial das unidades da COOP”.

5.2 Gestão voltada para o social

A gestão do negócio da sociedade cooperativa é orientada por princípios doutrinários, a seguir listados, os quais possibilitam a inclusão social de seus entes; a participação democrática dos sócios na gestão do empreendimento; a distribuição do resultado da atividade econômica em proporção às operações efetuadas pelo sócio; o desenvolvimento de ações de capacitação e de apoio à educação; a preocupação com a sociedade em termos de humanização, de solidariedade, de educação e de evolução participativa:

- Adesão voluntária e livre
- Controle democrático pelos sócios
- Participação econômica dos sócios
- Autonomia e independência
- Educação, treinamento e informação

- d) deliberar sobre os planos de trabalho formulados pelo Conselho de Administração para o ano entrante.

As decisões são tomadas pelo voto pessoal dos presentes na Assembléia Geral, tendo direito cada associado a um voto, conforme estabelecido no parágrafo 3º do artigo 30 do Estatuto Social da Cooperativa.

Ainda a respeito, o Estatuto Social da entidade prevê em seus artigos 51, 53 e 54 a criação do Fundo de Assistência Técnica Educacional e Social e do Fundo para Auxílio Funeral, bem como estabelece critérios para o seu uso.

O que se depreende é que a responsabilidade social desenvolvida pela sociedade cooperativa, objeto de estudo, constitui-se parte de seu objetivo organizacional e se faz presente no modelo de gestão de negócio adotado, onde é observada a realização do social por meio do econômico.

5.3 Análise dos dados coletados

Os dados coletados foram analisados, por meio da adoção de técnica específica denominada adequação ao padrão, segundo YIN (2005) uma das mais desejáveis estratégias para a análise do estudo de caso, cujo procedimento consiste em comparar um padrão fundamentalmente empírico com outro de base prognóstica. Adotou-se como padrão as proposições teóricas atinentes ao conceito de responsabilidade social, constante na bibliografia pesquisada. A fim de aferir a adequação ao padrão, criou-se uma matriz de padrões, apresentadas nos quadros 8, 9, 10 e 11, a seguir, para as quais foram relacionadas as evidências observadas na legislação pertinente ao assunto, nos princípios doutrinários do cooperativismo e na entidade objeto de estudo:

MATRIZ DE PADRÕES	LEGISLAÇÃO COOPERATIVISTA Lei 5.764	ALIANÇA COOPERATIVA INTERNACIONAL - ACI
Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua.		7º Princípio – Preocupação com a Comunidade.
Preservação do meio ambiente.		7º Princípio – Preocupação com a Comunidade.
Investimento no bem-estar dos funcionários e dependentes.	ART. 28 – inciso II: FATES.	5º Princípio – Educação, Treinamento, Formação.
Comunicação transparente	ART. 38: Gestão democrática, Assembléia Geral – órgão de decisão, diretoria e Conselho Adm. eleito e composto por associados	2º Princípio – Controle Democrático pelos Sócios 4º Princípio – Autonomia e Independência.
Retorno aos acionistas	ART. 4 – inciso VII: previsão de retorno de eventuais sobras aos associados na proporção direta de suas operações.	3º Princípio – Participação Econômica dos Sócios.
Sinergia com parceiros		6º Princípio – Cooperação entre cooperativas.
Satisfação dos clientes e/ou consumidores	ART. 4: Foco para a prestação de serviços aos associados.	ART. 5 – Estatuto ACI: satisfação necessidades associados.

Quadro 7 – Evidências da responsabilidade social na legislação e nos princípios cooperativistas

Fonte: Do autor

MATRIZ DE PADRÕES	EVIDÊNCIAS OBSERVADAS ESTATUTO SOCIAL DA COOP
Investimento no bem-estar dos funcionários e dependentes	Artº 51 – FATES Artº 53 – Auxílio funeral
Comunicação transparente	Artº 6 – O Associado tem o direito a: a) participar de todas as atividades que constituam objeto da cooperativa; b) votar e ser votado para cargos sociais; c) solicitar esclarecimentos sobre as atividades da cooperativa e livre consulta, sob solicitação, de seus demonstrativos contábeis e financeiros.
Retorno aos acionistas	Artº 31 – A Assembléia Geral Ordinária reúne-se obrigatoriamente uma vez por ano, cabendo-lhe: b) dar destino às sobras ou repartir as perdas
Satisfação dos clientes e/ou consumidores	Artº 2 – a cooperativa terá por objetivo principal a defesa econômico-social dos seus associados por meio da ajuda mútua.

Quadro 8 – Evidências da responsabilidade social no estatuto da COOP

Fonte: Do autor

MATRIZ DE PADRÕES	EVIDÊNCIAS OBSERVADAS - COOP	
	COOPERADOS	FUNCIONÁRIOS
Investimento no bem-estar de funcionários	Distribuição de bens de consumo a preços justos	Assistência médica e odontológica e refeição a custo subsidiado.
	Auxílio funeral	Cooperativa de crédito
	FATES	Prevenção de acidentes no trabalho
Investimento na qualificação profissional de funcionários	Ciclo de palestras / renda alternativa	Programa de capacitação

Quadro 9 – Evidências da responsabilidade social interna na COOP

Fonte: Do autor

MATRIZ DE PADRÕES	EVIDÊNCIAS OBSERVADAS - COOP
Desenvolvimento de ações sociais que beneficiem a comunidade	Programa escola vai a COOP
	Programa férias na COOP
	Apoio a projetos esportivos Janeth Arcain e Magic Paula
	Doação de alimentos
	Apoio a entidades beneficentes
	Coleta seletiva de lixo
	Código de ética

Quadro 10 – Evidências da responsabilidade social externa na COOP

Fonte: Do autor

A seguir, são contextualizados os dados coletados, nos documentos apontados no subitem 4.5.1 Relação de Documentos e subsidiado pela entrevista realizada com dirigente da entidade caso, que evidenciam as ações de responsabilidade social desenvolvidas pela COOP:

5.3.1 Relação com os cooperados

A COOP contribui para melhorar a qualidade de vida de seus associados com a distribuição de bens de consumo a preços justos e ações que proporcionam conhecimento e até alternativa de renda, entre outros benefícios, conforme é apresentado a seguir:

5.3.1.1 Ciclo de palestras

Cumprindo o 5º princípio cooperativista da Educação, Treinamento e Informação, a cooperativa efetua a contratação de especialistas a fim de realizar palestras educativas sobre temas de relevância da atualidade e cursos práticos. Conforme informações prestadas, em entrevista realizada com ombudsman da entidade objeto de estudo, estas palestras e cursos ora ampliam os conhecimentos pessoais, ora facultam a obtenção de uma renda, com melhoria do orçamento doméstico, colaborando para a melhoria de vida do quadro de seus associados:

Realização no ano	2003	2004	2005
Palestras e cursos	1.113	1.498	1.305
			continua
Realização no ano	2003	2004	2005
Horas aplicadas	2.168	3.199	2.677
Vagas disponibilizadas	27.644	55.933	41.708

Quadro 11 – Indicador Social: ciclo de palestra

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.1.2 Auxílio funeral

É concedido o auxílio funeral, desde 1964, constituindo-se um exemplo marcante do espírito da ajuda mútua, peculiar ao cooperativismo, como também, apoio ao cooperado em momentos de infortúnio. Sua concessão está regulamentada por Assembléia Geral Ordinária da cooperativa, cujo valor foi fixado pela última assembléia em R\$ 450,00 por óbito. Para a concessão do valor é utilizado recurso da RATES – Reserva de Assistência Técnica, Educacional e Social, o qual é constituído conforme determinação contida no inciso II do artigo 28 da Lei 5.764, que define a política nacional de cooperativismo.

Auxílio concedido	2003	2004	2005
Famílias	2.856	2.061	1.620
Valor (R\$)	1.062.110	819.640	703.560

Quadro 12 – Indicador Social: auxílio funeral

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.1.3 Cesta básica

Conforme apontamento efetuado pela Companhia Regional de Abastecimento Integrado de Santo André – CRAISA, entidade pública da Prefeitura Municipal de Santo André responsável pelo acompanhamento e fiscalização das áreas de segurança alimentar e nutricional do município, a COOP mantém-se na vanguarda da prática dos melhores preços dos produtos componentes da Cesta Básica. O fato evidencia o papel da cooperativa de consumo, como um instrumento regulador do mercado, favorecendo

as classes econômicas menos favorecidas, pertencendo ou não ao seu quadro de associados, haja vista que os concorrentes tendem a acompanhar seus valores.

Posição	2003	2004	2005
% de semanas em 1º lugar	86,0%	72,5%	88,0%

Quadro 13 – Indicador Social: cesta básica

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.2 Relação com os funcionários

Além de iniciativas que objetivam preservar a saúde dos colaboradores internos, a COOP investe em programas de capacitação, promovendo o aprimoramento profissional do quadro de funcionários, e contribui para a educação e necessidades financeiras dos mesmos por meio de uma cooperativa de crédito mútuo. A seguir, são detalhadas as ações:

5.3.2.1 Programa de capacitação e aprimoramento do pessoal:

Foi constatado nos Relatórios de Prestação de Contas, referente ao período analisado, determinada preocupação da área de recursos humanos da cooperativa com o aprimoramento de seus funcionários, oferecendo-lhes as condições necessárias para que desenvolvam suas funções e conseqüentemente a otimização do atendimento aos cooperados e a Cooperativa. A seguir são apresentados os programas desenvolvidos pela cooperativa e a quantificação de horas destinadas à capacitação de seus funcionários:

- a) **banco de talentos:** Tem como finalidade identificar funcionários criativos e criar condições para o desenvolvimento de suas potencialidades e estabelecer plano de carreira e sucessão;
- b) **programa de desenvolvimento das habilidade de liderança:** Orienta e prepara líderes a fim de proporcionar o desenvolvimento organizacional;
- c) **programa sucesso em vendas:** visa o alcance de um padrão de excelência no atendimento a associados;
- d) **avaliação de desempenho:** complementa as ações dos programas anteriores e cujo resultado será utilizado para estabelecimento dos planos de carreira e sucessão.

Capacitação de funcionários	2003	2004	2005
Horas	115.682	113.894	109.770

Quadro 14 – Indicador Social: capacitação de funcionários

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.2.2 Benefício oferecido a funcionários

Conforme informações obtidas na entrevista realizada, a COOP oferece a seus funcionários e, quando aprovado pela Assembléia Geral Ordinária, a seus familiares, os benefícios a seguir:

- Assistência Médica: é dedicada a todos os colaboradores e seus dependentes, em todas as unidades de distribuição.

- Assistência Odontológica: é estendida a todos os colaboradores e concedida aos dependentes com custo reduzido.
- Refeições com custo subsidiado: é disponibilizado aos colaboradores através de empresas especializadas em refeições industriais, com o acompanhamento de nutricionistas e a observância de todos os requisitos de higiene e qualidade.

5.3.2.3 Cooperativa de crédito

Objetivando fomentar as necessidades financeiras de seus funcionários, o entrevistado declarou que a COOP mantém uma cooperativa de crédito formada pelos seus funcionários, a qual congrega 95% do seu quadro de pessoal. Por mais este caminho do cooperativismo, funcionários e cooperados da Cooperativa de Crédito dos funcionários da COOP – CREDICONSUMO conseguem uma resposta às suas necessidades financeiras, melhorando seu patrimônio, educando seus filhos ou alcançando o bem-estar de suas famílias em termos de orçamento doméstico. No ano

Conscientizada sobre os riscos no trabalho, por meio da atuação da CIPA(s) de todas unidades e fornecendo meios e equipamentos para a proteção de seus funcionários, a COOP vem perseguindo a redução da incidência de acidentes no ambiente de trabalho, conforme demonstrado no quadro a seguir, cedido pelo ombudsman da cooperativa:

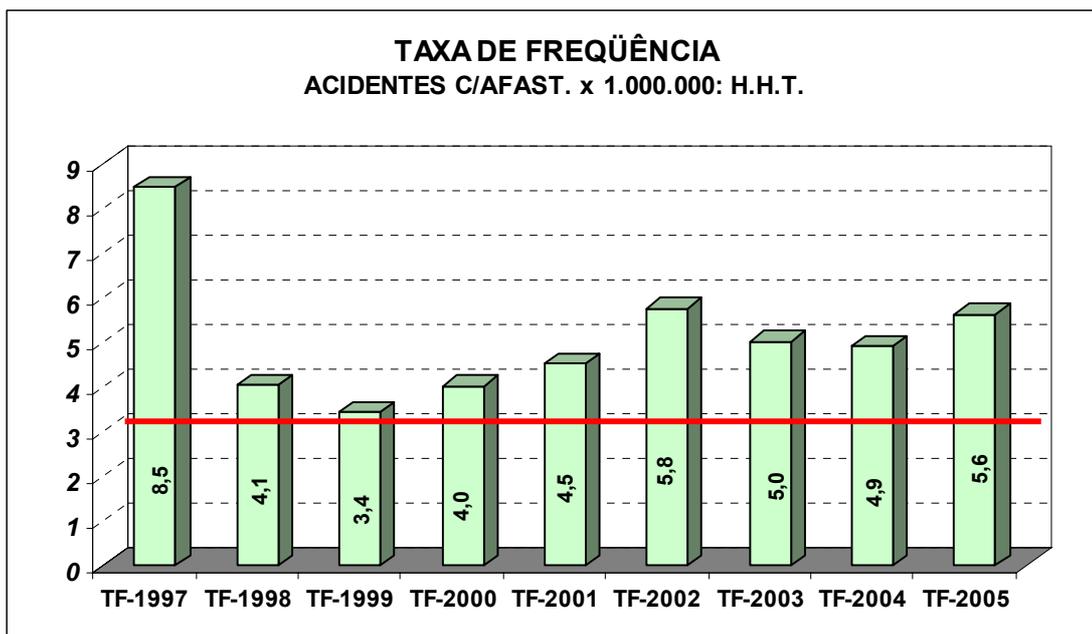


Figura 02 – Frequência de acidentes no trabalho com afastamento

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3 Relação com a comunidade

No relacionamento com a comunidade e empreendimentos parceiros, a COOP faz questão de divulgar seu Código de Conduta e Ética. Entre os objetivos de suas ações sociais estão, com relação aos jovens e crianças, a contribuição para a formação de futuros consumidores conscientes, a melhoria do convívio social e a geração de oportunidades por meio de apoio a projetos esportivos. A COOP se preocupa também com a melhoria de vida dos mais necessitados, quando investe na reforma e ampliação das instalações de entidades assistenciais ou quando doa alimentos a organizações sociais. Pensando na preservação do meio ambiente, a COOP promove a coleta de lixo

seletiva em suas unidades de distribuição. É demonstrada na seqüência cada ação da COOP que impacta na comunidade:

5.3.3.1 Programa “escola vai à Coop”

Considerando, ainda, a prática do 5º princípio cooperativista da Educação, Treinamento e Informação, é desenvolvido junto às escolas da região aonde a COOP atua programa de visita à cooperativa, objetivando difundir a doutrina cooperativista, seu modelo de gestão e apresentar a operacionalização do setor de varejo, contribuindo, assim, para formação daqueles alunos como cidadãos agentes na sociedade, em especial na qualidade de futuros consumidores.

Programa desenvolvido	2003	2004	2005
Escolas	434	365	352
Visitas	1.041	922	924
Alunos	41.840	34.580	30.205

Quadro 15 – Indicador Social: escola vai a COOP

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3.2 Férias na COOP

A COOP promove, no período de férias escolares, o programa Férias na COOP, uma alternativa para as crianças que não tiveram oportunidade de viajar. O programa é constituído de atividades artísticas, esportistas, de culinária, lúdicas e

recreativas, o que propicia o convívio social e a ampliação dos conhecimentos das crianças da comunidade.

Programa desenvolvido	2003	2004	2005
Atividades	68	92	86
Crianças	1.700	2.760	2.860

Quadro 16 – Indicador Social: férias na COOP

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3.3 Apoio a crianças e jovens

O ombudsman da COOP destacou o patrocínio de projetos sociais desenvolvidos por ex-atletas da seleção brasileira feminina de basquete: “Magic Paula” e “Janeth Arcain”, os quais objetivam, por meio da prática desportiva, retirar crianças e jovens carentes das ruas e desenvolver sua cidadania.

Apoio a Crianças/Jovens	2003	2004	2005
ABC – Janeth Arcain	-	170	340
			continua
Interior – Magic Paula (*)	-	200	200
Total de crianças assistidas/mês	-	370	540

Quadro 17 – Indicador Social: apoio a crianças e jovens

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3.4 Entidades beneficentes

Fazendo valer o 7º princípio cooperativista da Preocupação com a Comunidade, a cooperativa auxilia, por meio de doações, entidades de assistência social – creches, asilos e albergues – nas localidades em que se faz presente. A verba doada proporciona melhorias nos serviços oferecidos por estas entidades, a exemplo de investimentos efetuados em sua infra-estrutura – banheiros, telhados, paredes divisórias, muros, aquisição de móveis, equipamentos e outros bens necessários para sua operação.

Entidades beneficentes	2003	2004	2005
Valor dos donativos (R\$)	314.260,00	241.000,00	269.000,00

Quadro 18– Indicador Social: entidades beneficentes

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3.5 Banco de alimentos

A COOP desenvolve, em conjunto com a Prefeitura Municipal de Santo André, a doação de alimentos a entidades sociais. Os alimentos distribuídos são originados de produtos que seriam devolvidos aos fornecedores da COOP, devido a ocorrências – embalagens amassadas, rótulos manchados, próximo da data de validade. Assim, após o aceite dos fornecedores, conforme declaração do entrevistado, que abrem mão das mercadorias a serem retiradas em devolução, a COOP efetua o seu encaminhamento ao Banco de Alimentos da Prefeitura Municipal de Santo André, que a analisa quanto à possibilidade de consumo e a distribui a entidades sociais.

Banco de Alimentos	2003	2004	2005
Total doado - kg	42.444	63.242	137.841

Quadro 19 – Indicador Social: banco de alimentos

Fonte: Do autor, adaptado Balanço Social da COOP – triênio 2003 / 2005.

5.3.3.6 Coleta seletiva de lixo

Demonstrando sua preocupação com o meio ambiente, a COOP é conveniada com o Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André – SEMASA, e realiza coleta seletiva de lixo. O resultado desta coleta, juntamente com o lixo reciclável de todas as unidades de distribuição em Santo André, é aproveitado pela COOPCICLA

A operacionalização das atividades da COOP, além de seguir a doutrina cooperativista, observa Código de Conduta e Ética aprovado pelo Conselho de Administração em 16/11/2004. Conforme declaração do entrevistado, este código é levado ao conhecimento de todos com os quais a cooperativa mantém relações de fornecimentos, prestações de serviços e de atendimento fiscal ou legal. Os preceitos estabelecidos no código estão em consonância aos constantes no Manual de Indicadores de Responsabilidade Social das Cooperativas, elaborado pela Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo - OCESP, e das diretrizes contidas nos Indicadores de Responsabilidade Social nas Empresas Varejistas, elaborado pela Fundação Getúlio Vargas em conjunto com o Instituto Ethos.

5.4 Divulgação das ações sociais

Anualmente, por ocasião da Assembléia Geral Ordinária (AGO), é colocado para apreciação dos associados da cooperativa o Balanço Social, o qual consiste em um relato de suas ações de responsabilidade social. Não obstante a isto, durante o ano é efetuada a divulgação dos eventos e ações desenvolvidas, por meio de matérias publicadas no periódico mensal da cooperativa, denominado Revista Coop.

Observa-se que o procedimento adotado tem caráter informativo aos associados, uma vez que, na AGO, o foco principal é deliberar sobre as contas do exercício anterior, compreendendo o relatório da gestão, o Balanço Patrimonial e o Demonstrativo da Conta de Sobras e Perdas.

Quando o assunto é tratado em matéria na “Revista COOP”, o assunto restringe-se a ações pontuais, o que parcializa a divulgação do comprometimento da entidade com a responsabilidade social.

Assim, fica constatado que a divulgação da responsabilidade social da cooperativa restringe-se a um público específico e possui característica informativa.

5.4.1 Modelo de DVA adaptado às cooperativas

Em linhas gerais, o valor adicionado constitui-se da receita da venda de produtos ou serviços, deduzida dos dispêndios incorridos. Trata-se de um conhecimento adicional sobre a atuação das cooperativas, capaz de revelar que, para além de elas beneficiarem seus cooperados, agregam valor à economia do país como um todo e são vetores de desenvolvimento na região onde estão inseridas. A publicação desse tipo de informação, ao mesmo tempo em que demonstra a postura ética da empresa, representa, cada vez mais, um diferencial competitivo no mercado.

Considerando que o valor adicionado constitui-se do valor monetário incrementado ao bem e/ou serviço disponibilizado ao seu público consumidor e que neste ato de incrementar a empresa relaciona-se e remunera outras empresas, governo e pessoas, satisfazendo, também, suas necessidades.

Considerando que a empresa cooperativa no desenvolver de suas operações relaciona-se com outras empresas, governo e pessoas para a produção de bens e serviços que venham satisfazer, sobretudo as necessidades de seus associados.

Considerando que a doutrina cooperativista, baseada em seus princípios, e em especial a legislação brasileira que regulamenta a matéria, perseguem a realização do social por meio da operacionalização da atividade econômica.

Considerando que parte do valor adicionado gerado pela empresa cooperativa, por força da legislação cooperativista ou por observação aos princípios doutrinários, é distribuído a seus associados, funcionários, caracterizando a latente caracterização da preocupação com o social.

Considerando que a Demonstração do Valor Adicionado vem se revelando um adequado instrumento de evidenciação da riqueza gerada pela empresa e sua distribuição para elementos que contribuíram para sua constituição.

É sugerido um modelo de Demonstração do Valor Adicionado, apresentado a seguir, elaborado com base na estrutura normatizada pela Resolução CFC 1.010/05, de 21/01/05, que aprova a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 3.7 – Demonstração do Valor Adicionado, a fim de contribuir para evidenciação da responsabilidade social, presente no cotidiano das sociedades cooperativas:

	2005		2006	
	R \$	%	R \$	%
1. Ingresso e Receitas				
1.1 Ingressos Brutos				
1.2 Receita de Vendas de Produtos ou Serviços				
1.3 Resultados não Operacionais				
2. Insumos Adquiridos de Terceiros				
2.1 Materiais consumidos na produção ou prestação de serviço				
2.2 Demais dispêndios de produção e custos				
2.3 Dispêndios e despesas operacionais				
2.4 Perda na realização de ativos				
3. Retenções				
3.1 Depreciação, amortização e exaustão				
4. Valor Adicionado Líquido da Entidade (1 - 2 - 3)				
5. Valor Adicionado Recebido em Transferência				
5.1 Equivalência Patrimonial				
5.2 Resultado de Investimento Avaliado ao Custo				
5.3 Receita Financeira				
6. Valor Adicionado a Distribuir (4+5)		100		100

continua

	2005		2006	
	R \$	%	R \$	%
7. Distribuição do Valor Adicionado				
7.1 Cooperados				
7.2 Funcionários				
7.3 Poderes Públicos				
7.4 Ambientes				
7.5 Comunidade				
7.6 Sociedade em Geral				
7.7 Agentes Financiadores				
7.8 RATES				
7.9 Reserva Legal				
7.10 Sobras ou Perdas a disposição da AGO				

Quadro 21 – Demonstração do Valor Adicionado adaptado às sociedades cooperativas

Fonte: adaptado da estrutura normatizada pela Resolução CFC 1.010/05, de 21/01/05.

5.4.2 Informações para preenchimento da DVA

Os valores a serem apontados na Demonstração do Valor Adicionado deverão ser originados das transações, a seguir descritas, efetuadas pela organização cooperativa e observado a sua correspondência no quadro 21:

- a) subitem 1.1 Ingresso Bruto:** Nessa conta deve ser apresentado o valor decorrente do “Ato cooperativo”, referente ao negócio da cooperativa, pela comercialização de produtos, mercadorias e/ou prestação de serviços, deduzidas as devoluções, os abatimentos incondicionais e os cancelamentos, bem como a constituição ou reversão de provisão para créditos duvidosos. Excepcionalmente nos casos descritos;

- b) subitem 1.2 Receita de Venda de Produtos ou Serviços:** Nessa conta devem ser apresentados os valores decorrentes do “ato não cooperativo”, ou seja, aquele necessário para a complementação de produtos ou serviços contratados por clientes que, por algum motivo, não puderam ser inteiramente supridos pelos próprios cooperados. Incluem-se aí os valores das devoluções e os abatimentos incondicionais, os cancelamentos e a constituição ou reversão de provisão para créditos duvidosos;
- c) subitem 1.3 Resultados Não Operacionais:** Nessa conta devem ser apresentados os resultados não-decorrentes das atividades-fim. Por exemplo, os valores recebidos de aluguéis, resultado da venda de imobilizado, entre outros;
- d) subitem 2.1 Materiais consumidos na produção ou prestação de serviço:** Nessa conta devem ser apresentados os custos e dispêndios da produção, mercadorias ou serviços vendidos, tais como: matéria-prima, material secundário, material auxiliar, exceto gastos com pessoal próprio, exclui-se deste item os valores referentes à produção entregue pelos cooperados que serão considerados no item 7.1 deste demonstrativo;
- e) subitem 2.2 Demais dispêndios de produção e custos:** Nessa conta devem ser apresentados os demais custos e dispêndios de produção, tais como: materiais de consumo, serviço de terceiros, energia, entre outros;
- f) subitem 2.3 Dispêndios e despesas operacionais:** Nessa conta devem ser apresentados os dispêndios e despesas operacionais, tais como: telefone, água, material de escritório, despesas administrativas, financeiras e comerciais;
- g) subitem 2.4 Perdas na realização de ativos:** Nessa conta devem ser apresentados os resultados decorrentes das perdas da cooperativa. Por exemplo, os valores relativos a perdas de ativos, perdas na realização de estoques ou investimentos, entre outros;

- h) subitem 3.1 Depreciação, amortização e exaustão:** Neste item deverá transcrever o valor correspondente à depreciação, amortização (diferido) e exaustão existente na Demonstração de Sobras e Perdas;
- i) subitem 5.1 Equivalência Patrimonial:** Neste item deve ser apresentado o resultado (positivos ou negativos) de investimentos das cooperativas em sociedade mercantil;
- j) subitem 5.2 Resultado de investimento avaliado ao custo:** Neste item deve ser apresentados os resultados (positivos ou negativos) de investimentos da cooperativa em cooperativas centrais e/ou federações;
- k) subitem 5.3 Receita Financeira:** Nessa conta devem ser apresentados os valores registrados como receitas financeiras relativas a quaisquer operações com instituições financeiras;
- l) subitem 7.1 Cooperados:** Nessa conta devem ser apresentados os valores repassados ou recebidos dos cooperados, de forma direta, como a remuneração por serviço prestado ou entrega de produção ou de forma indireta, como benefícios de saúde, educação, esporte, lazer e cultura;
- m) subitem 7.2 Funcionários:** Nessa conta devem ser apresentados os valores de salários, férias, 13º salário, FGTS, seguro contra acidentes de trabalho, assistência médica, alimentação, transporte e outros gastos dispendidos a título de benefícios a funcionários, por exemplo: investimentos em capacitação, treinamentos, esporte, lazer cultura, comissões, gratificações, planos privados de aposentadoria e pensão, seguro de vida e acidentes pessoais; os quais devem estar apropriados ao custo do produto ou ao serviço vendido ou ao resultado do período. Devem ser desconsiderados os encargos com o INSS, SENAT, SENAR, INCRA, SESCOOP;
- n) subitem 7.3 Poderes Públicos:** Nessa conta devem ser apresentados os valores dos impostos, taxas e contribuições, inclusive as contribuições devidas ao INSS, SENAT, SENAR, INCRA, SESCOOP, Imposto de Renda, Contribuição Social, ISS, CPMF, todos os demais tributos, taxas e

contribuições. Os valores relativos a ICMS, IPI, COFINS e outros assemelhados devem ser considerados os valores informados do Demonstrativo de Sobras e Perdas;

- o) subitem 7.4 Ambiente:** Nesse item devem ser apresentados os valores dos gastos com atividades ecológicas concretas relacionadas com o negócio da cooperativa, podendo alcançar valores aplicados em projetos de instituições com a qual tem relacionamento;
- p) subitem 7.5 Comunidade Local:** Nesse item deve ser apresentado o valor gasto em projetos desenvolvidos para a comunidade local (localidade geográfica em que a cooperativa atua);
- q) subitem 7.6 Sociedade em Geral:** Nesse item devem ser apresentados os valores com projetos que beneficiam a sociedade em geral, transpassando a localidade geográfica descrita no item anterior;
- r) subitem 7.7 Agentes Financiadores:** Devem ser consideradas, neste componente, as despesas financeiras relativas a quaisquer tipos de empréstimos e financiamentos com instituições financeiras, entidades do grupo ou outras e os aluguéis (incluindo os custos e despesas com leasing) pagos ou creditados a terceiros;
- s) subitem 7.8 Reserva de Assistência Técnica Educacional e Social (RATES):** Nessa conta devem ser apresentados os valores referentes a esta reserva, constituído de, no mínimo, 5% das sobras líquidas somando o total dos resultados de atos não-cooperativos e outras destinações, de acordo com o estatuto social, referente ao exercício em questão;
- t) subitem 7.9 Reserva Legal (RL):** Nessa conta devem ser apresentados os valores referentes a esta reserva, constituído de, no mínimo, 10% das sobras. Soma-se a este item o total das outras reservas e/ou destinações estabelecidas, de acordo com o estatuto social, referente ao exercício social em questão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cada dia se evidenciam as conseqüências sociais de nossas atitudes, salientadas principalmente pelo espaço que ganham na mídia problemas tais como aquecimento global, desmatamento, pobreza, fome, desemprego, violência, concentração de renda, crescimento populacional desordenado nos centros urbanos, falta de saneamento básico, doenças, educação precária, entre tantos outros.

Diante das dificuldades e crises sociais e ambientais, cresce no meio empresarial a prática de ações de cunho social e o esforço de sua divulgação para a sociedade, como pôde ser observado no segundo e terceiro capítulos deste trabalho. Os demonstrativos, exigidos por lei, priorizam o resultado financeiro do empreendimento, o que deixa uma lacuna quanto a evidenciação e demonstração dos seus resultados sociais.

Assim, esta pesquisa teve como objetivo geral contribuir para a evidenciação das ações de responsabilidade social desenvolvidas pelas sociedades cooperativas brasileiras e sua demonstração de forma mais adequada, dando maior visibilidade aos recursos implicados e seus beneficiados.

A fim de desenvolver a proposta do trabalho, foram estabelecidos objetivos específicos, encaminhados por um estudo de caso, cuja coleta de dados efetuou-se por meio da pesquisa bibliográfica em particular em documentos da entidade caso.

O primeiro objetivo específico propôs caracterizar o conceito de responsabilidade social no modelo de gestão adotado pelo empreendimento cooperativo, para tanto a entidade cooperativa foi apresentada, no segundo capítulo deste trabalho, como empreendimento econômico mais próximo da realidade das

oportunismo comercial, surgem no bojo das crises, como alternativa econômica mais justa e adequada para as pessoas enfrentarem seus problemas, de forma a propiciar melhores condições de vida aos envolvidos no negócio. São empreendimentos que não visam lucro, pois seus donos, os cooperados, são os próprios trabalhadores ou usuários dos produtos e serviços da cooperativa.

Foi constatado no estudo da legislação brasileira e nos princípios doutrinários do cooperativismo que a sociedade cooperativa caracteriza-se por ser um empreendimento econômico voltado, internamente, à qualidade de vida de seus cooperados e funcionários e, externamente, às causas e problemas da sociedade – aliás, um dos princípios cooperativistas reforça exatamente a preocupação com a comunidade –, exercitando, assim, no seu cotidiano, a responsabilidade social.

O segundo objetivo específico refere-se à identificação das ações de responsabilidade social desenvolvidas pela sociedade cooperativa objeto de estudo. Neste contexto é destacado o impacto social gerado pela COOP, nas regiões onde atua, por meio da regulação de mercado, uma vez que por não visar lucro, distribui bens de consumo a preços mais justos, o que serve como parâmetro para os supermercados concorrentes, que se vêem obrigados a diminuir sua margem de lucro, beneficiando toda a comunidade. A ocorrência valida a proposição teórica do conceito de responsabilidade social no que tange a preocupação com a comunidade.

Quanto ao conceito de responsabilidade social interna, a educação, o treinamento e a informação – quinto princípio cooperativista – permeiam suas ações. Para os cooperados, oferece palestras educativas sobre temas atuais e cursos práticos que, inclusive, propiciam novas alternativas de renda aos beneficiados. Aos funcionários, dispõe de programas de capacitação e aprimoramento pessoal.

Na abrangência do conceito da responsabilidade social externa foi constatado a adequação ao sétimo princípio cooperativista – preocupação com a comunidade, por meio da realização de programas para estudantes e crianças da comunidade: ‘Escola vai à COOP’ e ‘Férias na COOP’. O primeiro, além de apresentar a operacionalização do setor de varejo e difundir a cultura cooperativista a alunos de escolas do entorno, contribui para formar futuros e conscientes consumidores. No segundo, as crianças da

comunidade têm espaço garantido dentro da Coop, durante o período de férias escolar, com atividades artísticas, esportivas e recreativas.

A COOP também propicia o acesso ao crédito mais barato para seus funcionários, por meio de uma cooperativa de crédito formada com a adesão de mais de 95% de seus colaboradores. E na área ambiental, exercitando o sexto princípio – cooperação entre cooperativas –, a COOP promove a coleta seletiva de lixo em suas lojas, num projeto em parceria com duas cooperativas de reciclagem.

Ainda no relacionamento com a comunidade – sétimo princípio cooperativista, a COOP patrocina projetos esportivos para retirar das ruas jovens carentes, destina valores para a revitalização de entidades beneficentes, proporciona doação de alimentos a entidades sociais, entre outras ações.

Tudo isso fora os benefícios diretos a funcionários e cooperados, como auxílio funeral, assistência médica e odontológica, refeição subsidiada, vem convalidar a evidenciação das ações de caráter social da entidade em estudo.

O terceiro objetivo específico do trabalho propôs averiguar a divulgação das ações sociais desenvolvidas pela entidade caso e os canais utilizados para o feito. Foi constatado que anualmente, por ocasião da Assembléia Geral Ordinária, é apresentado para apreciação dos associados da cooperativa o Balanço Social, e esporadicamente é divulgado no periódico mensal da cooperativa, ações pontuais de caráter social. O fato evidencia a necessidade da cooperativa em otimizar a divulgação de suas ações sociais, uma vez que se restringe a um público específico e não atinge o público geral.

O quarto e último objetivo específico propõem um modelo da Demonstração do Valor Adicionado – DVA adaptado às especificidades da sociedade cooperativa. A proposta, conforme contextualização apresentada - seção 5.4.1 Modelo de DVA adaptado às cooperativas - é incorporá-lo ao Balanço Social. O que proporcionará a evidenciação do propósito maior da cooperativa de contribuir para a melhoria de vida de seus associados, funcionários e, por conseqüência, familiares. Assim como sua contribuição ao governo, à comunidade onde atua e a outros públicos de relacionamento envolvidos indiretamente no negócio.

Só o Balanço Social, incrementado com a DVA, pode demonstrar com clareza o espectro de ações de responsabilidade social da sociedade cooperativa, abrangendo o lastro financeiro, as várias classes de beneficiados e os impactos sociais. Mais do que isso: com o Balanço Social e a DVA, as Ciências Contábeis vêm contribuir para aproximar os empreendimentos de suas reais importâncias socioeconômicas. Mas para serem reconhecidas como empreendimentos socialmente responsáveis é necessário, também, que as cooperativas divulguem amplamente suas ações e Balanços Sociais, suas DVAs, informando os diversos públicos de relacionamento, sejam internos ou externos.

Pelo que foi explorado e exposto neste trabalho, a publicação do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado contribui para as sociedades cooperativas evidenciarem suas ações de cunho social, haja vista que o primeiro descreve a ação ou projeto de impacto social e o segundo demonstra a origem dos recursos e a distribuição da riqueza gerada no processo produtivo.

REFERÊNCIAS

ARRIGONI, F. J. **Disclosure das aplicações sociais da sociedade cooperativa e sua contribuição à elaboração do balanço social**. 2000. Dissertação (Mestrado) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

BRASIL. **Decreto Lei n. 76.900**, de 23 de dezembro de 1975. Institui a Relação Anual de Informações Sociais - RAIS e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D76900.htm>. Acesso em: 13 nov. 2006.

_____. **Lei n. 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: 13 nov. 2006.

_____. **Lei n. 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404.htm>. Acesso em: 09 nov. 2006.

_____. **Projeto de Lei n. 3.741**, de 08 de novembro de 2000. Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, define e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e publicação de demonstrações contábeis e dispõe sobre os requisitos de qualificação de entidades de estudo e divulgação de princípios, normas e padrões de contabilidade e auditoria como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Projetos/PL/2000/msg1657-001107.htm>. Acesso em: 09 nov. 2006.

BELKAQUI, A. **The new environment in international accounting**. New York: Quorum Books, 1998.

BEUREN, I. M. et al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. [2007]. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/proposicoes>>. Acesso em: 03 maio 2007.

CARRION, V. Cooperativas de trabalho: autenticidade e falsidade. **Revista LTr**, São Paulo, v. 63, p. 167, 2002.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC 1010/05**. Aprova NBC T 3.7 – Demonstração do Valor Adicionado. Brasília, 2005.

COOP – COOPERATIVA DE CONSUMO. **Estatuto Social**. Ata da Assembléia Geral Extraordinária. Reforma e atualiza o estatuto da cooperativa. Santo André, 23.abr.1999.

DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do valor adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.

DUARTE, G. D. **Responsabilidade social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1986.

FERRINHO, H. **Breve introdução à história do cooperativismo**: seu interesse prático. Lisboa: Publicação Ciência e Vida, 1988.

FURQUIM, M. C. A. **A cooperativa como alternativa de trabalho**. São Paulo: LTr, 2001.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. [2006]. Disponível em: <<http://www.globalreportinf.org>>. Acesso em: 21 ago. 2006.

GUERREIRO, R. **Modelo conceitual de sistema de informação de gestão econômica**: uma contribuição à teoria da comunicação da contabilidade. 1989. 385 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1989.

INSTITUTO ETHOS. **Guia de elaboração do balanço social**. [2006]. Disponível em: <<http://ethos.org.br>>. Acesso em: 21 ago. 2006.

IRION, J. E. O. **Cooperativismo e economia social**. São Paulo: Editora STS, 1997.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KLAES, L. S. **Filosofia social das cooperativas**: manual de cooperativismo. São Paulo: Coopercultura, 1982.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, E. Eliseu quer balanço social sem imposições legais. **Revista SIA & CIA**, São Paulo, n. 421, p. 3, 09 nov. 1998.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografia e dissertações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____; LINTZ, A. **Guia para elaboração de monografias e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social & cidadania empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MODELO de Balanço Social. [2006]. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 21 ago. 2006.

OCB – ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS. [2005]. Disponível em: <<http://www.brasilcooperativo.coop.br>>. Acesso em: 20 jun. 2005.

PEREIRA, A. C. **Contribuição à análise e estruturação das demonstrações financeiras das sociedades cooperativas brasileiras**: ensaio de abordagem social. 1993. 325f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

PINHO, D. B. **O cooperativismo no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____. **Economia e cooperativismo**. São Paulo: Saraiva, 1977.

_____. **A empresa cooperativa**: análise social, financeira e contábil. São Paulo: Coopercultura, 1986.

RIBEIRO, M. S.; LISBOA, L. P. Balanço social: instrumento de divulgação da interação da empresa com a sociedade. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 1999. 1 CD-ROM.

RODRIGUES, A. A. Quatro aspectos do levantamento da demonstração do valor adicionado nos setores públicos e privados. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, v. 24, n. 62, p. 44-60. mar./abr. 1996.

SANTOS, A. **Demonstração contábil do valor adicional - DVA**: um instrumento para medição da geração e distribuição de riqueza das empresas. São Paulo, 1999. (Tese Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

SÃO PAULO (Estado). **Lei n. 12.226** de 11 de janeiro de 2006. Institui a política estadual do cooperativismo. Disponível em: <<http://www.legislação.sp.gov.br/legislação/Leis/L12225.htm>>. Acesso em: 20 jun. 2006.

SAUERBRONN, L.; MORAES, M. Cooperhodia 40 anos. **Revista Cooperhodia**, Santo André, Edição Especial de 40 anos da Cooperhodia, out. 1994.

SCHNEIDER, J. O. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S. **Balanço social teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

SINGER, P. **Uma utopia militante**: repensando o socialismo. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

SUPERHIPER: Ranking ABRAS 2006. São Paulo: Associação Brasileira de Supermercados, maio 2006.

TINOCO, J. E. P. **Balanço social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.