

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

ANALYSIS OF MANAGERS' PERCEPTION OF MICRO AND SMALL
BUSINESSES ABOUT CREDIT UNIONS

Recebido em: 13.1.2023
Aprovado em: 13.6.2023

Christian Oliveira Dias

Bacharel em Controladoria e Finanças pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

E-mail: christiandias01@gmail.com

Valéria Gama Fully Bressan

Doutora em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa.

Professora do Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade

da Universidade Federal de Minas Gerais.

E-mail: valeria.fully@gmail.com

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Gustavo Henrique Dias Souza

Doutorando e mestre em Controladoria e Contabilidade pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
E-mail: gustavohediso@gmail.com

RESUMO

Micro e pequenas empresas enfrentam desafios constantes para sua permanência no mercado ocasionados pela grande competitividade e a oferta de crédito inadequada. Entretanto, só a partir de 2002 o Banco Central do Brasil permitiu a constituição de cooperativas de crédito por pequenos empresários, microempresários e microempreendedores, ampliando suas perspectivas de acesso a recursos financeiros, possibilitando seu acesso ao crédito de forma rápida, menos burocrática e a um custo menor. Dessa forma, este estudo buscou analisar a percepção de gestores de micro e pequenas empresas com relação à associação às cooperativas de crédito. Para isso, elaborou-se uma pesquisa descritiva de caráter quantitativo e avaliaram-se os questionários preenchidos por 28 gestores respondentes, discorrendo sobre o perfil dos gestores e empresas e suas relações com o cooperativismo de crédito. Por meio deste estudo conclui-se que a maioria dos gestores respondentes ainda desconhece amplamente os atrativos que o cooperativismo de crédito pode oferecer às micro e pequenas empresas, bem como os conceitos e as funções do cooperativismo de crédito.

PALAVRAS-CHAVE

Cooperativas de crédito. Micro e pequenas empresas. Percepção de gestores. Educação cooperativista.

ABSTRACT

Micro and small companies face constant challenges for their permanence in the market caused by the great competitiveness and inadequate credit supply. However, just from 2002 onwards, the Central Bank of Brazil allowed small businessmen, micro-businessmen, and micro-entrepreneurs to set up credit cooperatives, expanding their perspectives of access to financial resources, enabling their access to credit in a quicker, less bureaucratic, and lower cost. Thus, this study aimed to analyze the managers' perception of micro and small businesses about credit unions. For this, descriptive quantitative research was elaborated, and the questionnaires filled out by 28 responding managers were evaluated, discussing the

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

profile of managers and companies and their relationships with credit unions. Through this study, the conclusions show that most of the responding managers are still largely unaware of the attractions that credit unions can offer to micro and small companies, as well as the concepts and functions of credit unions.

KEYWORDS

Credit unions. Micro and small businesses. Managers' perception. Cooperative education.

INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) ocupam uma parcela significativa diante do desenvolvimento econômico do País, crescendo em proporções consideráveis, tanto no que tange às suas dimensões quanto em número (Silva *et al.*, 2015). Jacques e Gonçalves (2016) ponderam que esses negócios são de extrema importância para o crescimento econômico, uma vez que geram empregos e renda, e, dessa forma, podem melhorar as condições de vida da população.

Apesar disso, as MPEs enfrentam desafios constantes para sua permanência no mercado, ocasionados pela grande competitividade entre as empresas, a falta de experiência de empreendedores e a falta de acesso ao crédito nas instituições financeiras (Silva *et al.*, 2015).

Porém, há uma alternativa para captação de crédito, além dos bancos tradicionais, que são as cooperativas de crédito. As cooperativas são instituições financeiras que oferecem aos seus associados produtos e serviços financeiros, de forma análoga a um banco comercial, contudo, com natureza societária distinta. Entretanto, o Banco Central do Brasil só iniciou as permissões para a associação de pequenos negócios a partir da Resolução do Conselho Monetário Nacional (CMN) 3.058, de 2002, situação alterada a partir da criação da Resolução CMN 3.106, de 2003, que passou a permitir a criação de cooperativas de crédito de livre admissão de associados, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Assim, ao participarem do movimento cooperativista de crédito, as micro e pequenas empresas teriam a possibilidade de acesso ao crédito de forma mais rápida,

menos burocrática e a um custo menor (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae], 2014).

Outro aspecto importante é que a atuação das cooperativas de crédito, captando e aplicando recursos exclusivamente na comunidade, fortalece a economia e o comércio local (Jacques & Gonçalves, 2016), favorecendo a atuação das MPEs. Com base nisso, destaca-se a importância de um movimento cooperativista que se preocupe com a disseminação de seus princípios, doutrina e funções, a fim de demonstrar a importância da atuação das cooperativas de crédito para as diferentes comunidades.

Torna-se relevante, dessa forma, expandir as percepções dos benefícios gerados pela associação a cooperativas de crédito, bem como identificar as possíveis razões para que o cooperativismo de crédito não seja o principal relacionamento de crédito das MPEs (Banco Central do Brasil [Bacen], 2020). Apesar disso, a carteira de crédito das micro e pequenas empresas vem crescendo nos últimos anos. Isso foi intensificado durante a pandemia de Covid-19, sugerindo que as cooperativas de crédito vêm se tornando uma maior fonte de recursos para assegurar a continuidade dessas empresas (Bacen, 2020).

Assim, este estudo possui como questão de pesquisa: “Qual a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas sobre o cooperativismo de crédito?” O objetivo do estudo, portanto, delimita-se em analisar a percepção de gestores de micro e pequenas empresas com relação às cooperativas de crédito.

Por meio dessas prerrogativas, a elaboração deste trabalho justifica-se pela necessidade de pesquisas relacionadas ao cooperativismo, que por seu caráter informacional auxiliará na disseminação e transmissão dos princípios e funcionamento desse modelo de negócios. Além disso, o entendimento da percepção dos gestores contribui para a identificação de possíveis lacunas e fragilidades do cooperativismo de crédito destinado às pessoas jurídicas, que poderão sugerir oportunidades de melhorias no trabalho de educação cooperativistas pelas organizações cooperativas.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

REVISÃO DE LITERATURA

Educação cooperativista

A educação cooperativa ou cooperativista é um dos pilares da manutenção e do desenvolvimento do movimento cooperativo, sendo, portanto, essencial para as organizações cooperativas (Ferreira & Sousa, 2019). Com base nisso, a educação cooperativista possui como principal objetivo contribuir para a formação dos cooperados, representantes, administradores, executivos e empregados, com relação ao papel da organização cooperativa, suas funções e sua forma de funcionamento (Ferreira & Sousa, 2018). Por sua vez, Ferreira e Sousa (2019) ressaltam que os benefícios do movimento cooperativista devem ser estendidos para o público de interesse, ou seja, futuros cooperados e integrantes das comunidades de forma geral.

A disseminação sobre o movimento cooperativista alcança o público de interesse a partir, principalmente, de investimentos em educação cooperativa, que auxilia nos avanços e na expansão do cooperativismo (Büttenbender *et al.*, 2022). Dessa forma, ressalta-se que a educação cooperativa é um dos principais instrumentos do desenvolvimento das próprias cooperativas, o que destaca a importância desses investimentos para o crescimento e o fortalecimento do cooperativismo (Thesing *et al.*, 2022).

Nesse sentido, as cooperativas necessitam de estratégias que possibilitem a comunicação dos valores, princípios e características do movimento cooperativista, visando o fortalecimento das ações de educação cooperativa, para que assim haja um efetivo alcance na organização do quadro social da cooperativa e dos envolvidos de forma direta, indireta ou potencial com a cooperativa (Sousa *et al.*, 2018; Thesing *et al.*, 2022).

Segundo Barretto (2014), as cooperativas de crédito estão se tornando uma opção atraente para os pequenos negócios terem acesso a empréstimos e a outros serviços financeiros, como cartão de crédito, consórcio, entre outros. Entretanto, para que isso aconteça, é igualmente importante que os gestores desses pequenos negócios possuam conhecimento suficiente e necessário para buscarem as cooperativas de crédito. A difusão da educação cooperativa para as MPEs, portanto, pode auxiliar no desenvolvimento

do sistema financeiro cooperativo. Isso, por sua vez, segundo Jacques e Gonçalves (2016), pode promover o desenvolvimento local a partir da formação de poupança e financiamento de iniciativas empresariais, trazendo benefícios como geração de emprego e distribuição de renda.

Crédito para micro e pequenas empresas

O Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte foi criado pela Lei Complementar nº 123/2006. Seu objetivo é fomentar o desenvolvimento e a competitividade das micro e pequenas empresas e dos microempreendedores individuais, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia. O Estatuto classifica os negócios com base na receita bruta anual, sendo a microempresa aquela que obter uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00, e a empresa de pequeno porte aquela que atingir uma receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00.

Camargos *et al.* (2010) destacam que as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) se apresentam como alternativa de produção viável à economia do País, ao serem dotadas de características peculiares que facilitam seu surgimento e sobrevivência, por exemplo:

- Relativa facilidade de constituição e entrada no mercado.
- Dispensa de grandes volumes de capital inicial.
- Registros e demais trâmites burocráticos de abertura cada vez mais facilitados por órgãos governamentais.
- Flexibilidade de gestão e produtiva.
- Baixas exigências legais e comerciais, quando comparadas a uma sociedade anônima.

Porém, conforme salientam Casarotto Filho e Pires (1998), um problema crucial para as pequenas empresas brasileiras é o acesso ao crédito, especialmente de longo prazo, no qual as operações se dão morosamente, cabendo ao agente financeiro arcar com um custo operacional elevado. Baumgartner (2004) acrescenta que, no sistema bancário,

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

exceto os bancos de desenvolvimento, o pequeno empresário é obrigado a competir na mesma faixa de crédito das grandes empresas, sujeitando-se a critérios de seletividade e reciprocidade a elas concedidos na obtenção de financiamentos.

Entre as alternativas que vêm sendo utilizadas para suprir essa carência, estão as cooperativas de crédito. Quando se trata de crédito e sistema financeiro brasileiro, a maior parte dos estudos restringe-se, naturalmente, ao sistema bancário, havendo uma escassez de trabalhos que abordem o cooperativismo de crédito dentro dessa perspectiva (Silva, 2011).

Apesar de semelhanças e diferenças entre as cooperativas e as demais instituições financeiras, Fonseca *et al.* (2009) explicam que as cooperativas não são bancos, mas organizações distintas, principalmente quanto ao tipo societário. Cooperativas regem pessoas e bancos são sociedades de capital.

No âmbito do Sistema Financeiro Nacional, constata-se um movimento expansionista do cooperativismo de crédito a partir da década de 1990. Esse segmento vem se constituindo importante elemento no incremento econômico de regiões estagnadas, proporcionando inclusão financeira para parcela da população de menor poder aquisitivo, gerando emprego e renda, auxiliando na redução da pobreza e contribuindo para o aumento da eficiência do Sistema Financeiro Nacional (Chaves, 2011).

Uma crescente importância tem sido dada ao segmento das cooperativas de crédito desde 2003, quando houve uma abertura oficial ao crédito cooperativo concretizado com duas Resoluções do Banco Central do Brasil: a de nº 3.106, de 25 de junho de 2003, dirigida à inclusão social de pequenos empresários, microempresários e microempreendedores, via cooperativas de crédito; e a Resolução nº 3.140, de 27 de novembro de 2003, que estendeu a médios e grandes empresários idêntica oportunidade para a constituição de cooperativas de crédito (Pinho & Palhares, 2004).

Segundo Barretto (2014, p. 5), “as cooperativas de crédito estão se tornando uma opção atraente para os pequenos negócios terem acesso a empréstimos e a outros serviços financeiros, como cartão de crédito, consórcio, etc.” Conforme o referido autor, as cooperativas de crédito fornecem atendimento personalizado e a um custo menor, utilizando

ainda um portfólio cada vez mais amplo e acessível, o que as torna um forte atrativo às micro e pequenas empresas.

METODOLOGIA

Tipo de pesquisa

O trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, na qual, segundo Cervo e Bervian (2007), procura-se observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos (variáveis) sem que estes sejam manipulados. Sendo assim, busca-se descobrir, com precisão, a frequência com que um fenômeno ocorre, assim como a sua relação e conexão com outros, considerando sua natureza e suas características. O trabalho objetiva analisar a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas com relação às cooperativas de crédito.

Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa quantitativa, que se caracteriza pela utilização de “técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.”, para a análise de dados e informações nas pesquisas (Richardson, 1999, p. 70).

O procedimento de pesquisa é do tipo *survey*, em que os dados foram coletados por meio de questionário. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), esse tipo de pesquisa observa, registra, analisa e ordena os dados sem que haja interferência do pesquisador. O intuito é compreender o acontecimento de fatos e analisar suas características, possíveis causas e consequências. Desse modo, realizou-se uma pesquisa descritiva de levantamento de dados de caráter quantitativo. Os dados coletados na pesquisa foram codificados e tabulados, sendo calculados os percentuais de respostas em relação ao total, para melhor compreensão e apresentação dos resultados configurando uma pesquisa quantitativa.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

Amostra e fonte dos dados

Como base de dados para aplicação do questionário desta pesquisa, utilizou-se um banco de dados da Receita Federal, composto por uma lista de micro e pequenas empresas brasileiras e suas respectivas informações: CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), razão social, localização da sede e endereço eletrônico. O questionário foi elaborado por meio da plataforma Google Forms®, e seu *link* para preenchimento foi encaminhado para todas as 370 empresas com endereço eletrônico registrado na base de dados de Receita Federal. A coleta de dados foi realizada no período entre 26 de novembro de 2021 a 17 de janeiro de 2022, por meio do endereço eletrônico registrado.

Com o objetivo de melhorar o aproveitamento do questionário, e buscando um contato direto com os gestores das micro e pequenas empresas, também foram realizados contatos através das redes sociais e por telefone, com MPEs situadas na região metropolitana de Belo Horizonte, por acessibilidade, apresentando a finalidade da pesquisa e solicitando aos respondentes o preenchimento do questionário encaminhado por meio do endereço eletrônico informado.

Do total de 370 contatos realizados, houve o retorno de 28 micro e pequenas empresas, que finalizaram o preenchimento do formulário, integrando a amostra dessa pesquisa e cujas respostas serão apresentadas e discutidas neste trabalho.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Ao analisarem-se os dados, objetivou-se estabelecer o perfil e o conhecimento dos gestores das micro e pequenas empresas sobre as cooperativas de crédito. Para isso, avaliaram-se os questionários preenchidos pelas 28 MPEs respondentes, percorrendo sobre o perfil dessas empresas, dos gestores e suas relações com a doutrina cooperativista.

Perfil das micro e pequenas empresas da amostra

As 28 respondentes desta pesquisa dividiram-se em dezesseis microempresas (57,1% da amostra) que apresentam faturamento anual de até R\$ 360.000,00 e doze empresas de pequeno porte (42,9%), cujo faturamento é de até R\$ 4.800.000,00. Além disso, entre as MPEs respondentes, 60,7% informaram que suas atividades se enquadram no ramo de comércio, 21,4%, no ramo de serviços e 17,9%, no ramo da indústria.

Dados do Sebrae (2020) mostram que, em 2020, foram abertas 626.883 micro e pequenas empresas em todo o país. Desse total, 535.126 eram microempresas (85%) e 91.757 (15%) eram empresas de pequeno porte. Os setores em que as microempresas abriram maior número de unidades em 2020 foram serviços combinados de escritório e apoio administrativo (20.398 empresas), comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (16.786) e restaurantes e similares (13.124). Já os setores nos quais as pequenas empresas abriram mais estabelecimentos foram serviços combinados de escritório e apoio administrativo (3.108), construção de edifícios (2.617) e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (2.469) (Sebrae, 2020).

Observa-se, portanto, que os resultados deste estudo reforçam a informação trazida anteriormente sobre o fortalecimento de micro e pequenas empresas nos ramos de comércio e serviços.

Apenas aproximadamente 7,1% das empresas respondentes localizam-se fora do Estado de Minas Gerais (Tabela 1). O restante delas está distribuído no Estado, principalmente na região metropolitana de Belo Horizonte. Tal fato é justificado tendo em vista que a taxa de retorno das empresas dessa região, cujo contato foi realizado diretamente por telefone e redes sociais, foi maior em comparação com aquelas que o contato foi realizado apenas via endereço eletrônico.

TABELA 1 – Localização da MPEs respondentes da pesquisa

Cidade/Estado	Frequência relativa
Belo Horizonte/MG	39,3%
Nova Lima/MG	21,4%
Contagem/MG	10,7%

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

Cidade/Estado	Frequência relativa
Betim/MG	7,1%
Unai/MG	7,1%
Buritis/MG	3,6%
Manhumirim/MG	3,6%
Belém/PA	3,6%
São Paulo/SP	3,6%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Guimarães *et al.* (2018), além de classificarem o porte das empresas a partir de sua receita anual, também utilizam como critério o número de funcionários. Com isso, consideraram-se as microempresas como aquelas que apresentam até nove colaboradores no ramo de comércio e serviços e até dezenove no ramo da indústria, e as pequenas empresas podendo empregar entre 10 e 49 pessoas (serviço e comércio) e entre 20 e 99 trabalhadores nos setores da indústria de transformação e construção.

Entre as micro e pequenas empresas respondentes da pesquisa, 64,3% empregam de um a dez funcionários, e 25% de 10 a 20 colaboradores. Apenas aproximadamente 10,7% possuem mais do que vinte empregados. Uma pesquisa para avaliar o perfil das micro e pequenas empresas brasileiras, conduzida pela CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Logistas) e SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) Brasil (2015), indicou que a média de funcionários das MPEs brasileiras é de seis colaboradores.

Segundo Bonacim *et al.* (2009), por mais que as micro e pequenas empresas contratem uma quantidade pequena de funcionários, ao se considerarem o conjunto de MPEs existentes, elas ganham proporções significativas, situando-se como as principais empregadoras em locais carecidos de indústrias de grande porte.

A maior parte das micro e pequenas empresas participantes desta pesquisa atuam no mercado há mais de três anos (85,7%), superando as expectativas de vida das empresas desse porte no País. De acordo com a Pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020), realizada com base em dados da Receita Federal e com levantamento de campo, a taxa de mortalidade de microempresas após cinco anos é de 21,6%, e das empresas de pequeno porte, de 17% (Sebrae, 2020).

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Entretanto, quando comparadas às médias e grandes empresas (MGEs), as MPEs revelaram-se mais resistentes e colaboraram para suavizar os efeitos da crise no mercado de trabalho e na estrutura produtiva do Brasil, pois a redução no número de empregos e a queda na remuneração média foram menores nas MPEs do que nas MGEs desde o início da recessão em 2014, o que mostra que as MPEs configuram-se como um segmento estratégico para as políticas de retomada do crescimento econômico e distribuição de renda (Sebrae, 2020).

Já em relação ao perfil dos gestores que responderam à pesquisa, destaca-se que são compostos em sua maioria por indivíduos do sexo masculino (64,3%), com idade entre 30 e 50 anos (53,6%), com ensino superior completo (50%) ou com pós-graduação (32,1%).

Bonacim *et al.* (2009) apresentam em seu estudo que, entre os fatores que contribuem para o encerramento de micro e pequenas empresas, estão, principalmente, a falta de informações sobre o negócio, a ausência de planejamento administrativo dos proprietários, assim como a falta de capital de giro e de financiamentos. Isso reforça a importância da ajuda profissional, assim como a busca por capacitação pelo próprio empresário.

Analisando-se as respostas referentes ao perfil financeiro das MPEs, os resultados indicam que apenas 3,6% das MPEs não possuem contas em bancos comerciais, enquanto 60,7% possuem conta em um único banco, e 35,7% possuem contas em até três bancos. Portanto, ressalta-se que a maior parte das MPEs representadas pelos gestores vincula-se a apenas uma instituição financeira. Ainda com relação ao perfil financeiro, os respondentes destacam que os principais produtos financeiros utilizados pelas MPEs são conta-corrente, empréstimos e financiamentos, conta de pagamentos, cartão de crédito e compensação de boletos.

Questionadas sobre em qual instituição financeira é realizado o maior volume de operações, as MPEs da pesquisa destacaram o Itaú, o Bradesco e o Santander como as instituições preferidas (Tabela 2).

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

TABELA 2 – Instituições com maior volume de negociações

Instituições financeiras	Frequência relativa
Itaú	32,8%
Bradesco	29,4%
Santander	28,1%
Banco do Brasil	20,5%
Caixa Econômica Federal	7,2%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Em busca de estabelecer quais são os critérios utilizados pelas MPEs para a escolha de uma instituição financeira, evidenciou-se que: 71,4% dos respondentes destacam as “taxas operacionais reduzidas” como o maior dos benefícios levados em consideração no momento de escolha de uma instituição financeira, seguido do item “qualidade do atendimento” indicado por 60,7%, e “Custos de financiamento reduzidos”, respondido por 50,0% dos respondentes (Tabela 3). Portanto, infere-se que esses são possíveis benefícios que podem ser fortalecidos pelas cooperativas de crédito a fim de conquistar novos associados MPEs.

TABELA 3 – Benefícios considerados na escolha de uma instituição financeira

Benefícios	Frequência relativa
Taxas operacionais reduzidas	71,4%
Qualidade do atendimento	60,7%
Custos de financiamento reduzidos	50,0%
Representatividade no mercado	39,3%
Localização das agências	28,6%
Tempo de espera para atendimento	17,9%
Número de agências	14,3%
Taxas de retorno para investimentos	7,1%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Segundo a CNDL e o SPC Brasil (2015), nove em cada dez MPEs (93,5%) possuem contas em bancos. Apesar do alto percentual de micro e pequenos empresários cujas empresas possuem contas em bancos, nem sempre ocorre a separação entre vida financeira pessoal e profissional: 21,6% dos gestores admitem que a administração dos

recursos próprios e daqueles que pertencem à empresa é feita conjuntamente (CNDL & SPC Brasil, 2015).

Relação com o cooperativismo de crédito

Tendo em vista o estudo de Barretto (2014) que indica que as cooperativas de crédito estão se tornando uma opção cada vez mais atraente para os pequenos negócios, buscou-se avaliar a relação das MPEs participantes da pesquisa com o cooperativismo de crédito, avaliando sua adesão a essas instituições financeiras, bem como o nível de conhecimento sobre os serviços prestados e benefícios oferecidos.

Chaves (2011) constata um movimento expansionista do cooperativismo de crédito a partir da década de 1990. Por sua vez, Pinho e Palhares (2004) relatam em seu estudo a crescente importância que tem sido dada ao segmento das cooperativas de crédito desde a abertura oficial do crédito cooperativo às MPEs. Entretanto, conforme levantamento realizado pelo Sebrae (2020), apenas uma pequena parcela das micro e pequenas empresas buscam atualmente cooperativas de crédito em momentos de necessidade, como no período da grande procura de financiamentos durante a pandemia de Covid-19.

Entre as micro e pequenas empresas respondentes, apenas 21,4% delas são associadas a cooperativas de crédito, indicando que as cooperativas ainda são as instituições menos procuradas pelas respondentes em comparação aos bancos comerciais. Isso acontece mesmo em um ambiente em que as cooperativas são as responsáveis pelos maiores índices de concessão de crédito a esses negócios de acordo com o Sebrae (2020).

Com relação ao tempo de associação daquelas que indicaram ser associadas, a maior parte delas (50,0%) é associada entre 1 e 3 anos, 16,7% são cooperadas em um período de tempo entre 3 e 5 anos, e 33,3%, há mais de 5 anos.

Questionadas as associadas sobre qual é o principal produto financeiro da cooperativa utilizado pela MPE associada, os gestores indicaram ser empréstimos para capital de giro, conta-corrente e seguros. Indagadas também sobre quais são os principais benefícios que a associação da MPE a uma cooperativa de crédito trouxe ao seu negócio, os gestores destacaram a redução de taxas operacionais e de juros, e a diminuição de custos.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

Buscando avaliar a associação das MPEs respondentes a cooperativas de crédito, indagou-se aos gestores sobre o nível de conhecimento sobre esses tipos de instituições financeiras, bem como sobre os benefícios oferecidos por elas.

Ferreira, Sousa e Amodeo (2018) salientam que a educação cooperativista tem por principal finalidade contribuir para que a sociedade aprenda a cooperar. Assim, é importante desenvolver o sentido da cooperação, constituindo este um veículo de fortalecimento da participação dos futuros cooperados. Percebe-se que, a todo momento, mesmo que não explicitamente, a questão da necessidade de uma inserção consciente na lógica cooperativista se faz indispensável (Barretto, 2014).

A maioria dos respondentes (39,3%) não conhece ou nunca ouviu falar de cooperativas de crédito, 28,6% já ouviram falar, porém não têm conhecimento a respeito do funcionamento, 25,1% informaram que conhece e entende sobre o funcionamento dessas instituições, e apenas 7,1% responderam que conhecem apenas cooperativas destinadas a pessoas físicas (Tabela 4).

TABELA 4 – Nível de conhecimento sobre cooperativas de crédito

Nível de conhecimento	Frequência relativa
Não conhece e nunca ouviu falar	39,3%
Já ouviu falar, porém não tem conhecimento a respeito do funcionamento	28,6%
Conhece e entende sobre o funcionamento de uma cooperativa de crédito	25,0%
Conhece, porém apenas cooperativas de crédito destinadas a pessoas físicas	7,1%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Tal resultado reforça a necessidade da disseminação do conceito de cooperativismo, bem como sobre o funcionamento das cooperativas de crédito com livre admissão às micro e pequenas empresas, pois, mesmo entre respondentes com nível de instrução em ensino superior ou pós-graduação, há um relativo nível de desconhecimento sobre a doutrina cooperativista.

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

A educação cooperativa é reconhecida como a regra de ouro do cooperativismo desde suas origens, formando parte dos princípios cooperativos. Sua importância tem sido reconhecida até o presente, continuando como uns dos princípios que definem o cooperativismo (Ferreira *et al.*, 2017).

Indagados sobre o conceito de cooperativismos, os gestores respondentes conceituaram cooperativa como: “uma reunião de pessoas”, “união de pessoas com objetivos comuns”, “cooperados em uma mesma atividade”, “entidades em que os integrantes participam dos resultados” ou indicaram não conhecer a definição do termo. Essas respostas reforçam a precariedade do conhecimento acerca do conceito de cooperativismo, visto que em nenhuma delas foi citado ou exemplificado algum dos preceitos que orientam a referida doutrina ou alguns de seus princípios.

Com relação ao conhecimento sobre os benefícios oferecidos pela associação a uma cooperativa financeira, o resultado é semelhante, pois a maioria dos respondentes (53,6%) informou que não tem conhecimento sobre os benefícios que a associação a uma cooperativa de crédito pode oferecer às micro e pequenas empresas. A outra parte dos respondentes indicou conhecer alguns dos benefícios: 39,3% informaram que o principal benefício da associação são os juros reduzidos e o baixo custo dos financiamentos, 21,4% reconhecem os itens “taxas operacionais e anuidades abaixo do mercado” e “participação nos resultados” como principais benefícios, e apenas 10,7% responderam que o principal benefício é o atendimento personalizado (Tabela 5).

TABELA 5 – Conhecimento acerca dos benefícios da associação a uma cooperativa de crédito

Benefícios	Frequência relativa
Não tem conhecimento sobre os benefícios	53,6%
Tem conhecimento sobre os juros reduzidos e baixo custo dos financiamentos	39,3%
Tem conhecimento sobre as taxas operacionais e anuidades abaixo do mercado	21,4%
Tem conhecimento sobre a participação nos resultados	21,4%
Tem conhecimento sobre o atendimento personalizado	10,7%

Fonte: Resultados da pesquisa.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

Ferreira *et al.* (2017) ainda destacam que a educação cooperativista é reconhecida como um dos pilares do desenvolvimento cooperativo, formando parte tanto dos princípios quanto das necessidades específicas das organizações cooperativas. Essa questão é acentuada por Pinho e Palhares (2004), quando consideram tal conceito como cláusula pétrea, expressando, assim, como a educação cooperativista é uma importante ferramenta para a consolidação do sistema cooperativo.

Entre aqueles que alegaram desconhecer os benefícios da associação a uma cooperativa de crédito, 83,3% dos respondentes indicaram que se dá ao fato de obter dificuldades para encontrar informações sobre o cooperativismo de crédito, já 55,6% alegaram a falta de anúncios, publicidades e de maior divulgação pelas cooperativas. Apenas 27,8% e 22,2% indicaram a falta de interesse e falta de tempo, respectivamente, como motivos para o desconhecimento (Tabela 6).

TABELA 6 – Razões para o desconhecimento dos benefícios

Motivações	Frequência relativa
Dificuldade em encontrar informações	83,3%
Falta de anúncios, publicidades e divulgação das cooperativas	55,6%
Falta de interesse	27,8%
Falta de tempo	22,2%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Questionados os gestores que indicaram conhecer os benefícios da associação a uma cooperativa de crédito, sobre os meios que tomaram conhecimentos sobre eles, 46,2% dos respondentes informaram que tomaram conhecimento através de funcionários de alguma cooperativa. Na mesma frequência, os gestores responderam que tomaram conhecimento por internet e redes sociais, 30,8% indicaram que o meio utilizado foi por outros cooperados, e apenas 7,7% por meio de jornais ou anúncios na televisão (Tabela 7).

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

TABELA 7 – Meios de conhecimento dos benefícios

Meios de informação	Frequência relativa
Funcionários de alguma cooperativa	46,2%
Internet e redes sociais	46,2%
Contato com outros cooperados	30,8%
Jornais e/ou anúncios de televisão	7,7%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Inseridas em um ambiente dinâmico, em constante mudança, exige-se que as cooperativas sejam geridas em um contexto em que o mercado cada vez mais está acirrado, mas não se utilizando, necessariamente, das mesmas estratégias e parâmetros das demais formas de organização empresarial. As cooperativas têm de encontrar as próprias estratégias competitivas, priorizando as necessidades demandadas por seu quadro social e buscando a comunicação de suas características e forma de funcionamento (Sousa *et al.*, 2013).

Sousa *et al.* (2013) ainda reforçam que as empresas podem escolher ou mudar de clientes ou fornecedores a qualquer momento para garantir sua competitividade. No entanto, esse não é o caso das cooperativas. Elas devem encontrar alternativas econômicas para seus associados, de acordo com as características socioeconômicas deles, ou, ainda, promover as mudanças produtivas ou de gestão que viabilizem, economicamente, a adesão de novos associados.

Com o objetivo de compreender as necessidades das MPEs respondentes, indagou-se sobre quais dos benefícios do cooperativismo de crédito as levariam a trocar os bancos comerciais pelas cooperativas. O maior destaque é do item “Taxas operacionais e juros reduzidos” escolhido por 85,7% dos respondentes, seguido pelo item “Atendimento personalizado” optado por 60,7%. Por último, os menos indicados foram “Facilidade na associação e menor burocratização” e “Participação nos resultados”, citados por 39,3% e 21,4% dos gestores respectivamente (Tabela 8).

Tal resultado converge com o maior dos benefícios levados em consideração no momento de escolha de uma instituição financeira apontado pelos respondentes. Além do mais, relaciona-se com a justificativa desta pesquisa, uma vez que o custo das operações e do crédito são mais importantes para as MPEs em detrimento da participação nos resultados das cooperativas.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

TABELA 8 – Benefícios que levariam a trocar os bancos comerciais por cooperativas de crédito

Benefícios	Frequência relativa
Taxas operacionais e juros reduzidos	85,7%
Atendimento personalizado	60,7%
Facilidade na associação e menor burocratização	39,3%
Participação nos resultados	21,4%

Fonte: Resultados da pesquisa.

Não se pode pensar em uma cooperativa sem conectar o lado econômico com o social, além do político, pois esse tipo de organização é multidimensional. É por isso que há maior preocupação em elaborar mecanismos que as façam sobreviver em um cenário econômico competitivo, mas que também preservem seu caráter doutrinário, levando sempre em conta as características inerentes ao modelo cooperativo (Sousa *et al.*, 2013).

Por último, a fim de investigar uma possível rejeição da associação às cooperativas, questionou-se aos gestores sobre os empecilhos à associação das MPEs ao cooperativismo de crédito. Entre os gestores respondentes, 64,3% indicaram a falta de conhecimento sobre o funcionamento como a maior razão para a não associação, 50% responderam a falta de segurança e confiança nessas instituições financeiras, 25% indicaram a dificuldade em encontrar agências, e apenas 14,3% a falta de qualidade dos serviços prestados (Tabela 9).

TABELA 9 – Razões para não associação a uma cooperativa de crédito

Motivações	Frequência relativa
Falta de conhecimento	64,3%
Falta de segurança e confiança	50,0%
Dificuldade em encontrar agências	25,0%
Falta de qualidade dos serviços prestados	14,3%

Fonte: Resultados da pesquisa.

A falta de segurança e de confiança está diretamente relacionada com a falta de conhecimento, tendo em vista que é primordial que o futuro associado compreenda o

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

conceito, os fundamentos e princípios que regem a constituição de uma cooperativa de crédito, para que relacione essa instituição à segurança financeira.

O que chama a atenção, neste estudo, é a percepção da falta da educação cooperativista pelas MPEs respondentes, o que se relaciona com os estudos de Scheneider (2003), Amodeo (2006) e Valadares (2009), que sinalizam a falta de educação cooperativista na sociedade como um dos principais problemas encontrados nas cooperativas e de todo o sistema cooperativista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi analisar a percepção de gestores de micro e pequenas empresas com relação às cooperativas de crédito. Para isso, realizaram-se contatos por meio de endereço eletrônico, telefone e redes sociais com 370 micro e pequenas empresas brasileiras, em que 28 destas responderam um questionário elaborado com o objetivo de coletar dados para analisar o perfil das MPEs e dos gestores respondentes, o perfil financeiro das empresas, bem como o conhecimento dos respondentes sobre o cooperativismo.

Os dados demonstraram que, entre os respondentes, a maioria representava empresas do ramo de comércio (60% delas), tendo como gestores, em sua maioria, indivíduos do sexo masculino (64,3%) e com altos níveis de instrução (50% graduados e 32,1% pós-graduados).

Mesmo com altos níveis de instrução, a maior parte dos gestores demonstrou desconhecer o conceito e o funcionamento das cooperativas de crédito, uma vez que a maioria alegou não conhecer ou nunca ter ouvido falar sobre essas instituições ou informaram não ter conhecimento sobre o devido funcionamento. Ademais, os benefícios da associação a uma cooperativa de crédito também são desconhecidos, tendo em vista que 53,6% dos respondentes indicaram total desconhecimento.

A pesquisa traz também um questionamento aos respondentes sobre as possíveis razões para o desconhecimento dos benefícios gerados pela associação a uma cooperativa de crédito, sendo ressaltadas as dificuldades em encontrar informações e a falta de

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

divulgação, anúncios e publicidades dessas instituições. Portanto, infere-se que é necessária uma maior vinculação de anúncios e informações abertas sobre o cooperativismo de crédito, a fim de levar ao público em geral, mais especificamente aos gestores de micro e pequenas empresas, o conhecimento básico sobre essas instituições financeiras.

A proposta anterior busca sanar também a principal razão indicada pelos respondentes sobre o motivo que levaria a não associação a uma cooperativa de crédito, tendo em vista que os gestores responderam que não se associariam por falta de conhecimento e por falta de segurança ou confiança. Nesse sentido, espera-se que, uma vez sendo amplamente conhecido o funcionamento dessas instituições pela sociedade, a insegurança e falta de confiança também sejam menores.

Entretanto, ainda que em minoria, 21,4% dos gestores das micro e pequenas empresas respondentes informaram associação a cooperativas de crédito. Uma parcela ainda maior destas indicou conhecer alguns benefícios do cooperativismo de crédito, como juros reduzidos e baixo custo dos financiamentos, taxas operacionais e anuidades abaixo do mercado e participação nos resultados.

Cabe salientar que, entre eles, as taxas operacionais reduzidas foram indicadas como o principal benefício observado no momento de escolha de uma instituição financeira e também como aquele que levaria as empresas a trocar um banco comercial por uma cooperativa de crédito, reforçando sua importância para os gestores das MPEs. Demonstra-se também que a qualidade e o atendimento personalizado são benefícios almejados no momento da escolha de instituições financeiras, inferindo-se que é considerável a aplicação de estratégias por parte das cooperativas de crédito de divulgação desses benefícios no intuito de conquistar seu público-alvo.

Portanto, a partir do estudo, foi possível observar que a maioria dos respondentes da pesquisa ainda desconhece amplamente os atrativos e as características das cooperativas de crédito no cenário brasileiro. Tal desconhecimento pode ser uma das razões para que o cooperativismo de crédito não seja o principal relacionamento de crédito dessas organizações.

Com base na taxa de respostas, os resultados dessa pesquisa limitam-se à amostra das micro e pequenas empresas respondentes, não podendo ser extrapolados para todas

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

as MPEs brasileiras. Portanto, como sugestão para trabalhos futuros propõe-se a ampliação deste estudo, a fim de atingir uma parcela maior de micro e pequenas empresas, bem como buscar avaliar questões complementares de educação cooperativista.

Ademais, com a ampliação e aperfeiçoamento desse trabalho, será possível adaptar os objetivos desta pesquisa buscando avaliar também o perfil das micro e pequenas empresas que são associadas às cooperativas financeiras, identificando as diferenças entre as que têm o cooperativismo de crédito como seu principal relacionamento de crédito, *versus* o perfil das quais têm o cooperativismo como relacionamento complementar.

REFERÊNCIAS

- Amodeo, N. B. P. (2006). Contribuição da educação cooperativa nos processos de desenvolvimento rural. In N. B. P. Amodeo, & H. Alimonda (Orgs.), *Ruralidades: Capacitação e desenvolvimento* (pp. 151–176). UFV.
- Banco Central do Brasil (2020). *Panorama do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo. Database: dezembro/2020*. 1–43. <https://www.bcb.gov.br/content/estabilidadefinanceira/coop-credpanorama/PANORAMA%20SNCC%202020.pdf>
- Barretto, L. (2014). *Aposta no cooperativismo – Conhecer: Cooperativismo financeiro*. <http://www.esaf.fazenda.gov.br/aceso-a-informacao/centros-regionais/minas-gerais/cooperativas-de-credito.pdf>
- Baumgartner, R. (2004). *Propostas para implementação de um sistema de garantia de crédito mutualista como alternativa de acesso ao crédito para as micro, pequenas e médias empresas no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.
- Bonacim, C. A. G., Cunha, J. A. C., & Corrêa, H. L. (2009). Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: Causas e aprendizagem. *Gestão & Regionalidade*, 25(74), 61–78. <https://www.redalyc.org/pdf/1334/133412626006.pdf>
- Brasil (2006). *Lei Complementar nº 123*, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 15.12.2006.

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

- Büttenbender, P. L., Pedrassani, D., Tomporoski, A. A., Alves, C. N., & Álvarez, J. F. (2022). Cooperativismo e desenvolvimento regional: Aportes teóricos, experiências e perspectivas. *DRD-Desenvolvimento Regional em Debate*, 12(2), (Dossiê Cooperativismo), 1–7. [https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2\(DossieCooperativismo\).4278](https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2(DossieCooperativismo).4278)
- Camargos, M. A. D., Camargos, M. C. S., Silva, F. W., Santos, F. S. D., & Rodrigues, P. J. (2010). Fatores condicionantes de inadimplência em processos de concessão de crédito a micro e pequenas empresas do Estado de Minas Gerais. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(2), 333–352. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552010000200009>
- Casarotto Filho, N., & Pires, L. H. (1998). *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: Estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana*. Atlas.
- Cervo, A. L., Bervian, P. A., & Silva, R. (2007). *Metodologia científica*. (6a ed.). Pearson Prentice Hall.
- Chaves, S. S. (2011). O cooperativismo de crédito no Brasil: evolução e perspectivas. In A. Dodl, & J. R. Barros. *Desafios do Sistema Financeiro Nacional: O que falta para colher os benefícios da estabilidade conquistada*. Elsevier-Campus.
- Conselho Monetário Nacional – CMN (2003). Resolução 3.106, de 25 de junho de 2003. Aprova Regulamento que disciplina a constituição e o funcionamento de cooperativas de crédito. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 25.06.2003.
- CNDL, & SPC Brasil. (2015). *Perfil das Micro e Pequenas Empresas Brasileiras*. https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/relatorio_perfil_mpe1.pdf
- Ferreira, P. R., & Sousa, D. N. (2019). Educação cooperativista: Aprofundando o conceito. *Cooperativismo & Desarrollo*, 27(2), 1–32. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2019.02.04>
- Ferreira, P. R., & Sousa, D. N. (2018). O campo da educação cooperativista e sua relação com o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop). *Interações*, 19(4), 773–787. <https://doi.org/10.20435/inter.v19i4.1716>
- Ferreira, P. R., Sousa, D. N., & Amodeo, N. B. P. (2018). Situação da Educação Cooperativista nas Cooperativas Agropecuárias de Minas Gerais. *Desenvolvimento em Questão*, 16(42), 518–552. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2018.42.518-552>

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE AS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

- Fonseca, R. A., Francisco, J. R. S., Nazareth, L. G. C., & Maia, S. C. (2009). Importância das cooperativas de créditos como agentes de desenvolvimento regional: Um estudo na Sicoob Credicampo. *Anais do Congresso Virtual de Administração – CONVIBRA*. Sobral, CE, Brasil, VI.
- Guimarães, A. B. S., Carvalho, K. C., & Paixão, L. A. R. (2018). Micro, pequenas e médias empresas: conceitos e estatísticas. *Radar*, 55, 21–26.
- Jacques, E. R., & Gonçalves, F. O. (2016). Cooperativas de crédito no Brasil: Evolução e impacto sobre a renda dos municípios brasileiros. *Economia e Sociedade*, 25(2), 489–509. <https://doi.org/10.1590/1982-3533.2016v25n2art8>
- Pinho, D. B., & Palhares, V. M. A. (2004). *O cooperativismo de crédito no Brasil: Do século XX ao século XXI*. Confebras.
- Portal do Cooperativismo Financeiro (2020). Pesquisa do Sebrae revela que Cooperativas de Crédito são líderes na concessão de crédito frente a bancos em tempos de Coronavírus. *Cooperativismo Financeiro no Brasil*. <https://cooperativismodecredito.coop.br/2020/05/pesquisa-do-sebrae-revela-que-cooperativas-de-credito-sao-lideres-na-concessao-de-credito-frente-a-bancos/>
- Portal Sebrae (2014). *As vantagens de se associar a uma cooperativa de crédito*. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-vantagens-de-se-associara-uma-cooperativa-de-credito,e943ee9fc84f9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2a ed.). Feevale.
- Richardson, M. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. Atlas.
- Schneider, J. O. (2003). Pressupostos da educação cooperativa: a visão de sistematizadores da doutrina do cooperativismo. In J. O. Schneider (Ed.). *Educação cooperativa e suas práticas*. Unisinos.
- Silva, A. B., Brasil, A. S., Alvarenga, L. M. S., & Santos, S. M. (2015). Desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas no Brasil. *Conexão Eletrônica*, 12(1).
- Silva, M. A. (2011). Impacto do sistema cooperativo de crédito na eficiência do sistema financeiro nacional. *Banco Central do Brasil*. (Trabalhos para Discussão, 246). <https://www.bcb.gov.br/pec/wps/port/TD246.pdf>

CHRISTIAN OLIVEIRA DIAS, VALÉRIA GAMA FULLY BRESSAN E GUSTAVO HENRIQUE DIAS SOUZA

- Sousa, D. N., Ferreira, P. R., Costa, M. S., & Milagres, C. S. F. (2018). Temos que saber que a cooperativa é uma empresa diferente: percepções sobre a educação cooperativista. *Humanidades & Inovação*, 5(2), 35–43. <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/427>
- Sousa, D. N., Pinho, J. B., Amodeo, N. B. P., & Milagres, C. S. F. (2013). A comunicação como ferramenta da educação cooperativista. *Revista de Extensão e Estudos Rurais*, 2(1), 57–77. <https://www.locus.ufv.br/bitstream/123456789/13249/1/30-77-1-PB.pdf>
- Thesing, N. J., Sausen, J. F. C. L., & Baggio, D. K. (2022). Humanização na educação cooperativa: aplicações e contribuições na gestão e nas práticas do cooperativismo de crédito. *DRd-Desenvolvimento Regional em Debate*, 12(2), (Dossiê Cooperativismo), 32–57. [https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2\(DossieCooperativismo\).3719](https://doi.org/10.24302/drd.v12ied.esp.2(DossieCooperativismo).3719)
- Valadares, J. H. (2009). *Estratégias de educação para a cooperação*. FGV – MBA em Gestão Empresarial de Cooperativas.