

MERCADO FINANCEIRO: ANÁLISE DOS MÉTODOS DIFERENCIAIS DE UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO NA CIDADE DE SETE LAGOAS – MG

Pedro Henrique Aguiar Pinto¹

Thiago Pereira dos Santos²

RESUMO

Atualmente acredita-se que as Cooperativas de Crédito estão fortemente reforçadas no mercado, principalmente na constante modernização do crédito cooperativo, seus grandes esforços de atualização fazem conseguir um nível alto de competitividade no mercado financeiro. Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho foi de avaliar a importância das Cooperativas de Créditos no mercado financeiro de Sete Lagoas-MG e seus diferenciais para seus clientes. O estudo foi realizado por meio de uma pesquisa bibliográfica, qualitativa do tipo exploratória, com estudo de caso, realizado na Cooperativa de Crédito de Sete Lagoas SICOOB CREDISETE, na matriz localizada na Praça Barão de Rio Branco 170, Centro de Sete Lagoas, por meio da aplicação de um questionário para 68 (sessenta e oito) associados do SICOOB/CREDISETE. Verificou-se que as taxas menores e o atendimento são elementos principais para uma forte concorrência frente às Instituições Bancárias convencionais. Em síntese o estudo proporcionou uma grande experiência acadêmica com informações sobre o Cooperativismo de Crédito e novas ideias para melhoria na entidade pesquisada.

Palavras-chave: Cooperativas de Crédito. Cooperativismo. Mercado Financeiro.

ABSTRACT

Currently, it is believed that Credit Unions are strongly reinforced in the market, mainly in the constant modernization of cooperative credit, their great updating efforts have achieved a high level of competitiveness in the financial market. In this sense, the objective of the present work was to evaluate the importance of Credit Cooperatives in the financial market of Sete Lagoas-MG and their differentials for their customers. The study was carried out through a bibliographic, qualitative exploratory research, with a case study, carried out at the Credit Cooperative of Sete Lagoas SICOOB CREDISETE, at the headquarters located at Praça Barão de Rio Branco 170, Centro de Sete Lagoas application of a questionnaire to 68 (sixty-eight) members of SICOOB / CREDISETE. It was found that the lower rates and the attendance are the main elements for a strong competition vis-à-vis conventional Banking Institutions. In summary, the study provided a great academic experience with information on Credit Cooperatives and new ideals for improvement in the researched entity.

Key-words: Credit Unions. Cooperativism. Financial market.

¹ Graduando do curso Bacharelado em Ciências Contábeis. Faculdade Ciências da Vida

E-mail: contatopedrohenriqueaguiar@hotmail.com

² Mestre em Administração, pós-graduado em Engenharia do Software e docente do curso de Administração da Faculdade Ciências da Vida

E-mail: thiago.santos@sicoobcredisete.com.br

1. INTRODUÇÃO

De um modo em geral, o mercado financeiro é influenciado por diversos fatores e situações bastante complexas. Nesse sentido, conforme Santos (2016) com o mínimo progresso de crescimento e desenvolvimento, o cooperativismo de crédito se fortaleceu dentro do contexto do mercado financeiro brasileiro. Portanto, mesmo que ainda há desafios e caminhos a serem percorridos para que o cooperativismo de crédito ganhe mais espaço no mercado financeiro nacional, este já ocupa um cenário de destaque na oferta de crédito a população brasileira.

O Mercado Financeiro de Sete Lagoas-MG, objeto deste estudo, é extenso em diversidade econômica, composto por empresas do ramo de serviços, agro, comércio e indústria, que compõe a renda e distribuição de empregos que faz movimentar a economia local. De acordo com dados do SEBRAE a maior movimentação financeira no setor econômico na cidade de Sete Lagoas é do ramo de serviços, seguida de comércio, indústria e agro. Nesse sentido, verifica-se que o Mercado obteve oscilações nos últimos anos, em questão de abertura e fechamento de empresas, conseqüentemente a cidade vem sofrendo com esta questão, entretanto houve uma singela melhora a partir do ano de 2010 de acordo com dados do SEBRAE, o qual as empresas que fazem abertura na junta comercial conseguem se sobreviver no mercado. Após pesquisa feita junto ao SEBRAE, nota-se que a maior relevância da economia local é o ramo de serviços, setor responsável por objeto de pesquisa no trabalho, serviços financeiros (SEBRAE, 2019) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Assim, de um modo em geral, o cooperativismo possui suas características de gestão, mas com foco no cooperado, na cultura da cooperação, por isso é fundamental o associado conhecer toda a estrutura que envolve as organizações cooperativistas, para assim entender as perspectivas de inovação capazes de serem adotadas e implementadas na respectiva cooperativa (SCHNEIDER, 2012).

Para que as estratégias funcionem, deve-se haver uma cultura interna voltada à inovação, capacitando às pessoas, com espaço disponível para a criatividade e desenvolvimento de inovações, tornando a inovação uma atividade contínua e sistêmica. Portanto, a inovação deve fazer parte das estratégias de qualquer tipo de organização, sendo para as Cooperativas um fator importante, pois, as mesmas a partir das estratégias as cooperativas ganham no desenvolvimento de produtos mais competitivos e diferenciados (MARTINS, et.al, 2018), e ainda na cooperação para o desenvolvimento humano (SCHNEIDER, 2012).

Baseado em estudos de Costa; Valdisser, (2017), acredita-se que uma cooperativa de crédito tem como objetivo suprir as necessidades financeiras e econômicas dos seus associados, com taxas mais atrativas e benefícios na participação de resultados ao final do exercício. Assim, com isso, espera-se que as mesmas possam estar gerando uma confiança maior na hora que o cliente venha buscar um produto no mercado financeiro.

De acordo Paiva; Santos, (2016), os cooperados são os legítimos donos da Cooperativa a qual pertencem, contudo tendo direito a participação nos resultados e direito nos processos decisórios, cada associado respectivamente tem direito a um voto nas votações decisórias independentemente do valor da sua quota. Conforme Jacques; Gonçalves, (2016), é preciso engajamento da população para que não haja uma centralização de apenas um sistema financeiro, e sim a aproximação de todas as classes ao crédito de uma maneira igualitária e justa.

Ainda, conforme os autores supracitados verifica-se que as Cooperativas de Crédito estão fortemente reforçadas no mercado, principalmente na constante modernização do crédito cooperativo, seus grandes esforços de atualizações constantes fazem conseguir um nível alto de competitividade no mercado financeiro.

No ano de 2015, por exemplo, o aplicativo do SICCOOB, foi eleito como o melhor aplicativo de instituições financeiras no Brasil, presente em 22% de transações realizadas na categoria de autoatendimento (SICCOOB/CREDISETE, 2019).

Esse cenário evidencia que as Instituições Financeiras terão que se modernizar cada vez mais em busca de atender a demanda dos seus respectivos clientes, buscando aperfeiçoar resultados e atender o cooperado de acordo com o seu perfil, uma vez que a busca por satisfação no mercado está cada vez maior. O cliente tem cobrado excelência nos atendimentos e soluções financeiras imediatas que possam suprir as suas necessidades financeiras e econômicas. A partir desse contexto, a pergunta norteadora do presente estudo seria: Quais os diferenciais de uma Cooperativa de Crédito no mercado financeiro de Sete Lagoas-MG?

Nesse sentido, constata-se a necessidade de verificar os diferenciais de uma Cooperativa de Crédito para se sobressair no mercado financeiro, frente a forte concorrência das Instituições Financeiras Bancárias Convencionais, mostrar que com o passar dos anos as Cooperativas de Crédito tem se tornado uma boa alternativa de modelo econômico mais rentável e vantajoso para os cooperados.

Desse modo, o objetivo do presente trabalho é de avaliar a importância das Cooperativas de Créditos no mercado financeiro de Sete Lagoas-MG e seus diferenciais para seus clientes,

com a utilização de materiais bibliográficos que retratam a realidade do assunto, com artigos recentes de 2015 a 2019 e pesquisa de campo. Em seguida, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: Caracterizar as cooperativas de crédito no Brasil; Verificar as particularidades das cooperativas de créditos em relação aos bancos comerciais; Apresentar os resultados da pesquisa realizada na Cooperativa de Crédito de Sete Lagoas – SICOOB/CREDISETE.

Assim, o estudo se justifica pela importância em contextualizar estes temas relacionados à oferta de diferenciais de qualidade aos clientes do mercado financeiro de Sete Lagoas-MG, além de oferecer a possibilidade de discutir tal assunto na sociedade brasileira. Ainda, como acredita-se que as Cooperativas de Crédito oferecem um diferencial importante relacionado à busca intensa pelo desenvolvimento do local onde estão situadas, acredita-se que seja importante também mostrar isso pra comunidade em geral.

Para alcançar os objetivos pretendidos neste trabalho, foi necessário estabelecer propostas distintas: uma base teórica e outra prática. Primeiramente, foram feitas análises bibliográficas por meio de leituras sobre o tema, com o intuito de embasamento teórico. Além disso, para consolidar a pesquisa, foi realizado um estudo de caso, com questionário respondido por 68 sessenta e oito associados, a fim de coletar dados sobre a opinião da Cooperativa de Crédito de Sete Lagoas – SICOOB CREDISETE. Por fim, feita também, uma análise quantitativa mostrando os resultados da pesquisa feita na entidade pesquisada.

2. METODOLOGIA

O estudo foi iniciado por meio de uma pesquisa bibliográfica, qualitativa do tipo exploratória. Assim, a pesquisa bibliográfica foi realizada com base em artigos científicos, revistas, sites da internet, e materiais fornecidos pelo SICOOB, Banco Central do Brasil, Organização das Cooperativas Brasileiras, Portal do Cooperativismo Financeiro, foram utilizadas publicações recentes de 2015 a 2019, relacionadas ao Cooperativismo de Crédito, e que caracterizam as particularidades sobre o assunto.

Posteriormente, com a finalidade de demonstrar os diferenciais de uma Cooperativa de Crédito no Mercado Financeiro de Sete Lagoas, foi realizada uma pesquisa de campo (estudo de caso), onde se realizou a aplicação de um questionário com dados quantitativos o qual 68 sessenta e oito associados do SICOOB CREDISETE na agência matriz, por meio de papel onde os associados marcaram as respostas adequadas ao seu perfil, caracterizando a segunda etapa

do trabalho. Nesse sentido, verifica-se que grande parte das pesquisas bibliográficas são feitas por levantamento de materiais sobre o assunto, logo com entrevistas ao público que obteve experiências e práticas de acordo com problema pesquisado, ou seja, referências que incitem o entendimento (GIL, 2014).

Dessa forma, o presente estudo se trata de uma pesquisa de natureza “básica”, com abordagem de uma pesquisa qualitativa, utilizando como procedimento o levantamento do tipo Survey (GIL, 2014).

De acordo com Minayo (2001, p. 14), a pesquisa qualitativa é aquela que interage com “vários significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

No contexto qualitativo foram exploradas informações mais subjetivas em que o entrevistado será estimulado a opinar em questionamentos. Para Corrêa; Corrêa (2009, p.166) “[...] os métodos qualitativos incorporam mais fatores de julgamento e intuição, em geral mais subjetivos, nas análises de dados disponíveis”.

O questionário, segundo Gil (2014) pode ser definido como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.

Finalmente, foi realizada apresentação dos dados e resultados, conclusões sobre a pesquisa, após um diagnóstico de maneira quantitativa criteriosa, sobre a análise das respostas relevantes referente aos métodos diferenciais de uma Cooperativa de Crédito na cidade de Sete Lagoas, assim como possíveis recomendações para futuros trabalhos e melhorias na entidade pesquisada.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico será apresentada uma breve contextualização sobre o tema proposto no presente estudo, de forma a tentar introduzir conceitos e ideias dos autores pesquisados, para fomentar uma breve discussão com os dados do estudo de caso, em etapa posterior.

3.1. COOPERATIVAS DE CRÉDITO NO BRASIL

O Brasil tem um sistema financeiro direcionado nas metodologias de fusões. Por possuírem um lobby neste ramo o banco central dificulta a abertura de espaços para pequenas instituições financeiras (CARVALHO, 2016).

Segundo Assaf Neto, (2015) a sociedade perde por não manter um entendimento social e político sobre o quanto a democratização de um sistema financeiro é fundamental. Portanto, as instituições financeiras regionais não conseguem aproveitar a ordem jurídica e política.

Os bancos cooperativos foram fundados entre 1997 e 1998, aumentando as dificuldades de conseguir um cooperativismo de crédito no desenvolvimento rural. Deu-se início nestes anos o sistema cooperativista tradicional incorporado à linguagem bancária (OLIVEIRA, 2015).

Estes sistemas não estão vinculados a cooperativas menores, que anseiam trabalhar em uma ótica de desenvolvimento. Portanto, os defensores comerciais acreditam que a cooperativa possa atuar por meio da visão econômica utilizada pelo sistema bancário tradicional (CARVALHO, 2016).

As pessoas não podem aceitar que o Brasil possua um sistema só, ou que mantêm um fluxo de pensamento voltado para o sistema único. Desta forma, conforme Jacques; Gonçalves, (2016) é preciso instigar a aproximação das instituições financeiras cooperativas, numa visão gerencial, econômica, social e política, para que a distância financeira entre as instituições e a população seja amenizada. Dentro deste contexto ainda, deve-se buscar uma por uma cooperativa de crédito conectada a uma sugestão desenvolvimentista, que atue no processo de aproximação dentro do mercado financeiro.

As cooperativas de crédito no ambiente econômico se expõem dentro da sociedade brasileira em particular importância, gerando a aplicação de recursos privados e públicos, em favor da própria sociedade em que se desenvolvem (RYDLEWSKI; GRISOTTO, 2017).

Segundo Oliveira (2015) as cooperativas trazem uma grande importância nas várias regiões no país, e, com a nova regulamentação não restritiva, o desenvolvimento do cooperativismo de crédito teve sua ascensão exponencial.

De um modo em geral, com o mínimo progresso de crescimento e desenvolvimento, o cooperativismo de crédito se fortaleceu. Portanto, mesmo que ainda há desafios e caminhos a serem percorridos para que o cooperativismo de crédito ganhe mais espaço no mercado financeiro nacional, este já ocupa um cenário de destaque na oferta de crédito à população brasileira (ARAUJO, 2018).

Segundo Paiva; Santos, (2016) a Cooperativa de Crédito é uma instituição composta por pessoas com intuito de prestação de serviço de crédito aos seus associados. Os associados são genuinamente usuários e donos da Cooperativa, uma vez que sempre presentes em reuniões e assembleias, participando diretamente da gestão e usufruindo dos produtos e serviços prestados. Nas Cooperativas são encontrados todos os produtos financeiros oferecidos pelos Bancos Convencionais, os associados têm pleno poder ao voto, independentemente da sua cota de participação no seu capital social.

Assim, de um modo em geral, o Cooperativismo não visa o lucro, pelo qual todos os direitos e obrigações são divididos entre os sócios após o final do exercício. Depois que todas as despesas foram devidamente quitadas e se auferir o resultado positivo, este é distribuído para os associados, assim como se houver algum prejuízo, é realizado o rateio, ambos em proporções da movimentação financeira que cada associado realizou durante o ano (JACQUES; GONÇALVES, 2016).

Em relação à adesão à Cooperativa, é de livre admissão, ou seja, para uma pessoa ingressar em uma Cooperativa de Crédito, basta a integralização do capital social e logo passará a ser cooperado/associado. Após ingresso na Cooperativa o associado será atendido de uma maneira diferenciada e calorosa, sempre buscando suprir as suas necessidades financeiras. Da mesma forma que as outras instituições financeiras (bancos convencionais), as Cooperativas de Crédito possuem a autorização de funcionamento e são fiscalizadas pelo respectivo Banco Central do Brasil (PAIVA; SANTOS, 2017).

Nesse sentido, verifica-se que as Cooperativas de Crédito no Brasil possuem um papel de grande importância nos locais onde atuam, elas estão inseridas no Sistema Nacional Financeiro (SNF), e contribuem para o desenvolvimento sociocultural e econômico, (JACQUES; GONÇALVES, 2016).

Ainda, conforme os autores citados acima, os associados podem realizar a movimentação financeira, utilizando dos mesmos produtos e serviços ofertados pelos bancos convencionais. Logo, as Cooperativas de Crédito estão lado a lado com o seu associado, buscando suprir todas as necessidades financeiras de uma maneira justa e adequada, fazendo com que gere valor financeiro e social. Elas assumem os riscos de liberar recursos financeiros aos seus associados, para iniciativas de desenvolvimento local e geração de empregos e renda para região (BARROS, 2016).

As Cooperativas ofertam para os seus cooperados produtos e serviços financeiros como seguros, investimentos, cartões, conta corrente, consórcio, poupança, previdência entre outros,

além disso, um dos diferenciais são as taxas que são relativamente reduzidas, o cooperado tem participação nos resultados, sendo assim uma forma interessante ao ponto de vista contábil e gerencial. O retorno dos investimentos é aplicado em prol da região que a Cooperativa está situada, uma visão diferenciada aplicada ao bem comum social (JACQUES; GONÇALVES, 2016).

Diante disso a meta das Cooperativas de Crédito é atender as necessidades dos associados e garantir o bem estar de cada pessoa pertencente ao quadro de cooperados. Contudo, este estudo poderá servir de base para novos projetos de pesquisa, com o intuito de oferecer elementos para tomada de decisão na escolha da melhor instituição financeira para se investir dinheiro e, com isso, obter satisfação.

3.2. PARTICULARIDADES DAS COOPERATIVAS DE CRÉDITOS

De acordo com Costa; Valdisser (2017), as Cooperativas de Crédito são compostas por uma sociedade de pessoas, cada pessoa possui a sua cota pertencente à Cooperativa, e juntas formam o Capital Social da entidade, ao qual são os legítimos donos, e da mesma maneira cliente do seu próprio negócio, passando a usufruir dos serviços financeiros oferecidos com maiores vantagens, taxas atrativas e benefícios que o associado tem por fazer parte do quadro de associados da Cooperativa de Crédito.

As Cooperativas de Crédito juntamente com os Bancos Comerciais fazem parte do Sistema Financeiro Nacional, prestam serviços financeiros a sociedade promovendo acesso ao crédito pessoal, crédito empresarial, porém as Cooperativas de Crédito se sobressaem em taxas menores pelo fato de serem Instituições sem fins lucrativos, os associados poderão ter acesso ao crédito com um portfólio de produtos financeiros munidos de taxas reduzidas em comparações dos bancos comerciais, caracterizando empreendimentos que promovem de uma maneira uniforme o desenvolvimento econômico e social aos seus associados (REIS; FONTES, 2017).

Assim, as Cooperativas de Crédito podem oferecer ao associado melhor agilidade em negociações, como a facilidade de acesso aos diretores e responsáveis pela aprovação de financiamentos e liberações de créditos com uma maior destreza de tempo, podendo ainda render retorno ao final do exercício com eventuais sobras, destinadas aos sócios (SILVA; et al., 2018).

3.3. DISTINÇÕES DE COOPERATIVAS DE CRÉDITOS E BANCOS COMERCIAIS

Conforme Costa; Valdisser (2017) as Cooperativas de Créditos estão cada vez mais se equiparando aos Bancos Comerciais, em termos de serviços prestados, contendo todo portfólio de produtos da rede bancária, entretanto com o diferencial que agrada a qualquer cliente, que são tarifas reduzidas, empenho e dedicação no atendimento ao cliente, de uma maneira personalizada, de acordo com o perfil de cada associado buscando excelência em satisfazer todas as suas necessidades financeiras de uma maneira justa e igualitária, como uma instituição financeira íntegra.

As Cooperativas de Crédito oferecem todos os serviços dos Bancos Comerciais, no entanto nos Bancos Comerciais o cliente não tem a ciência do destino do dinheiro depositado, que pode ser usado de várias maneiras, até em investimentos vulneráveis e arriscados colocando em perigo o montante investido, ficando o lucro com os acionistas (JACQUES; GONÇALVES, 2016).

3.4. CARACTERÍSTICAS DA INSTITUIÇÃO PESQUISADA

O SICOOB/CREDISETE foi constituído em 05 de setembro de 1986 após realização de uma assembleia contando com a participação de 25 produtores rurais e com o apoio da Cooperativa Regional dos Produtores Rurais de Sete Lagoas. No dia 1º de julho de 1987 o SICOOB CREDISETE iniciou as suas atividades por meio do convênio firmado com o Banco Nacional de Crédito Cooperativo (BNCC) (SICOOB CREDISETE, 2019).

O dinamismo das cooperativas de crédito fez com que proporcionasse a criação da CENTRAL CREDIMINAS, Cooperativa de Central de Crédito de Minas Gerais, órgão que tem a responsabilidade de coordenação, centralização e representação das cooperativas associadas consideradas um marco para o sistema cooperativista do estado de Minas Gerais. Uma das dificuldades no início era alcançar credibilidade e reconhecimento no mercado financeiro (SICOOB CREDISETE, 2019).

O SICOOB CREDISETE possui 11 pontos de atendimento na região de Sete Lagoas, Minas Gerais, distribuídas da seguinte forma: quatro agências em Sete Lagoas, uma em Santana de Pirapama, uma em Jequitibá, uma em Baldim, uma em Prudente de Moraes, uma em Capim Branco, uma em Fortuna de Minas e uma em Inhaúma. Pertencente à rede de cooperativas do SICOOB, a cooperativa tem como propósito conectar pessoas para promover justiça financeira

e prosperidade, missão promover soluções e experiências inovadoras e sustentáveis por meio da cooperação. (SICOOB CREDISETE, 2019).

Visão ser referência em cooperativismo, promovendo o desenvolvimento econômico e social das pessoas e comunidades, valores pertencimento, cooperação, justiça financeira e responsabilidade social (SICOOB CREDISETE, 2019). Ainda, o SICOOB CREDISETE faz parte do maior sistema de cooperativas de crédito do Brasil, e faz transmitir sua visão, missão e valores para todos os seus pontos de atendimento.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O estudo de caso no SICOOB/CREDISETE foi respondido por 68 (sessenta e oito) associados, aplicando-se o modelo *survey* (investigação quantitativa), perguntas fechadas com apenas uma opção de escolha.

Na primeira questão procurou saber o sexo do associado, onde verificou-se que 44 (quarenta e quatro) são de sexo masculino e 24 (vinte e quatro) são do sexo feminino. A figura 1 abaixo ilustra o resultado, concluindo-se que a maioria dos entrevistados é do sexo masculino (65%).



FIGURA 1 – Sexo dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Ressalta-se ainda que o questionário foi composto por 9 (nove) questões e no momento da aplicação deixou se bem explícito a importância da sinceridade e do preenchimento correto das questões, visto que a participação do cooperado é fundamental para concluir os métodos diferenciais de uma Cooperativa de Crédito.

Na segunda questão procurou-se levantar a faixa de renda do associado, para isto as opções apresentadas para resposta foram: 998,00 a 3.000,00, 3.001,00 a 5.000,00, 5.001,00 a 7.000,00 e acima de 7.000,00. A figura 2 abaixo isso.

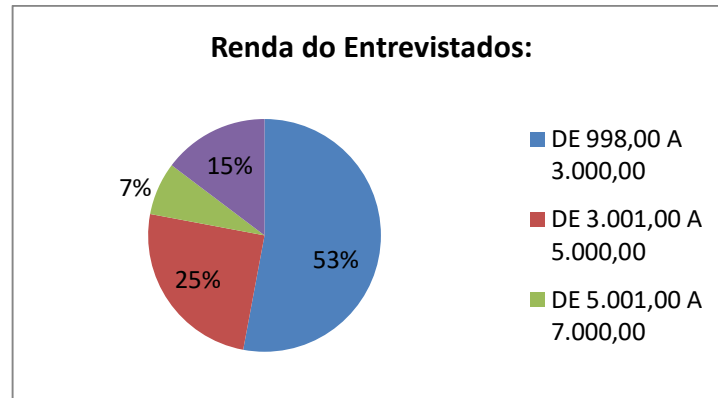


FIGURA 2 – Renda dos entrevistados

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Conforme a figura acima verifica-se que dos associados entrevistados, 53% apresentam renda entre 998,00 a 3.000,00, 25% renda entre 3.001,00 a 5.000,00, 7% renda entre 5.001,00 e 7.000,00 e 15% renda cima de 7.001,00.

Na terceira pergunta foi levantada a cor dos associados entrevistados, conforme a figura 3.

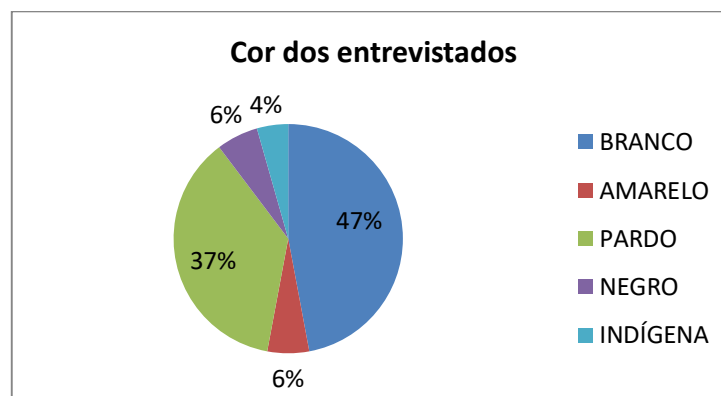


FIGURA 3 – Cor dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Nesta questão verificou-se que a maioria dos entrevistados é de cor branca (47%), seguido de cor parda (37%), logo em com dados menores aparece aqueles que se auto definem amarelos/ negros empatados tecnicamente, e por fim, indígena.

Foi indubitável a necessidade de inserir a faixa etária dos entrevistados (figura 4), para mostrar que a maioria dos associados do SICOOB/CREDISETE hoje, são compostos por pessoas de 46 a 65 anos, seguidas de 26 a 35 anos, caracterizando que a Cooperativa possui um quadro de associados experientes, com índices elevados.

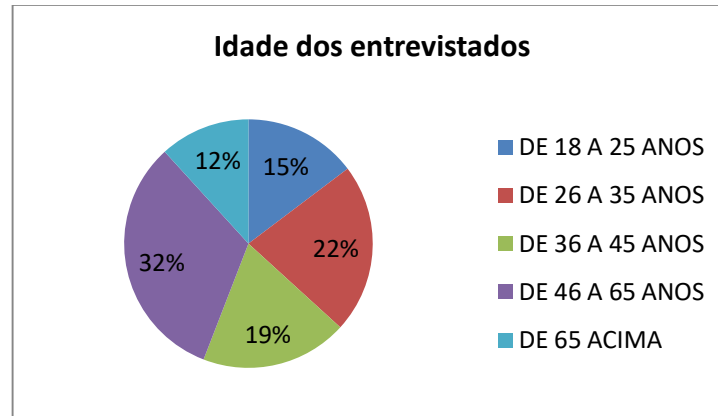


FIGURA 4 – Idade dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Na figura 5 abaixo, apresenta-se os dados da escolaridade dos entrevistados.

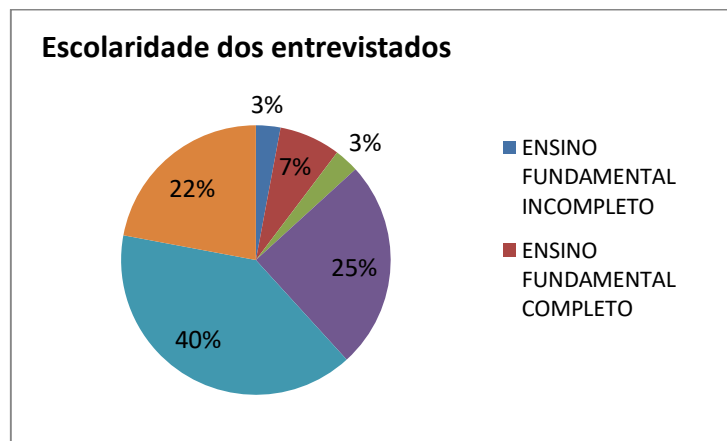


FIGURA 5 – Escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Verifica-se que a maioria dos associados possui Ensino Superior incompleto, seguido de Ensino médio completo e Ensino Superior completo.

Nesse sentido, ressalta-se ainda que, dentre as questões respondidas pelos respectivos associados, 4 perguntas possuem um grau de relevância maior, que servem de base para respostas dos objetivos pretendidos no estudo, fazendo com que reforce a tese de que as

Cooperativas estão fortemente reforçadas para uma concorrência no mercado financeiro de Sete Lagoas.

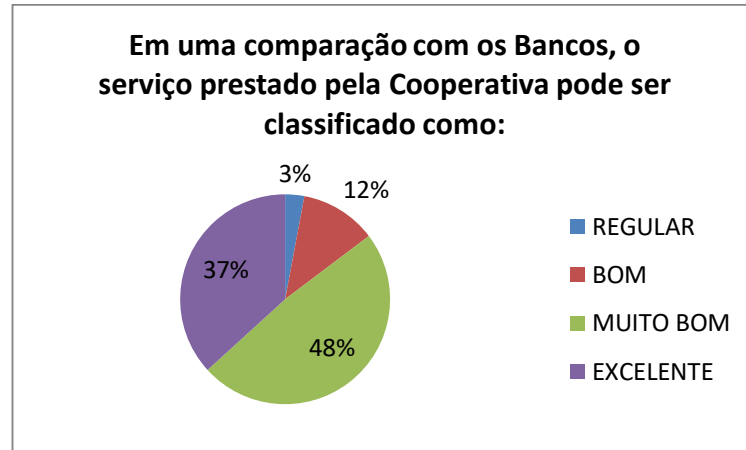


FIGURA 6 – Em uma comparação com os bancos, o serviço prestado pela Cooperativa pode ser classificado como:

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Como mostra o gráfico, a maior parte das respostas mostra que os serviços prestados pela Cooperativa são de qualidade muito boa seguida de excelente qualidade em ordem de preferência, evidenciando a pleno agrado dos associados em quesito de serviços prestados pela Cooperativa. É preciso ressaltar que pequena parcela caracterizou os serviços regulares mostrando pouca significância.

Ainda, de acordo com a Figura 7, quarenta e seis por cento dos participantes responderam que os produtos oferecidos pela cooperativa são de qualidade muito boa, seguida de excelente com vinte e oito por cento, bom com vinte e dois por cento, mostrando a relevância da satisfação referente aos cooperados.

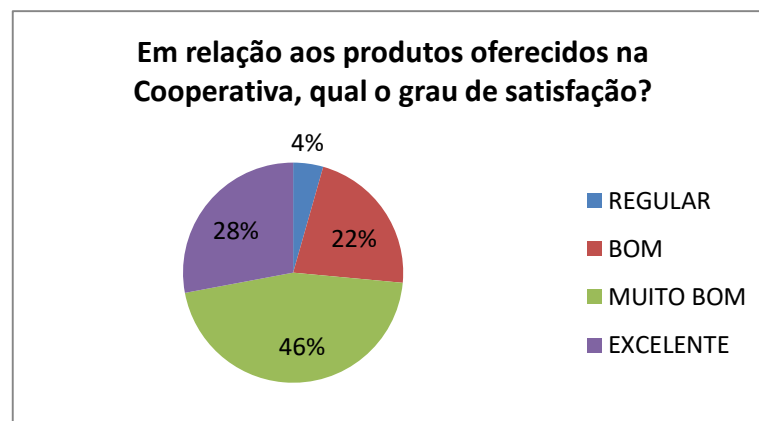


FIGURA 7 – Em relação aos produtos oferecidos pela cooperativa, qual o grau de satisfação?

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Cabe a Cooperativa, trabalhar ainda mais no aprimoramento constante dos serviços, objetivando nenhum voto na opção de serviço regular, mas sim na total satisfação na prestação de serviços.

Na Figura 8, verifica-se a opinião sobre os elementos que mais agradam na Cooperativa.

Segundo a Figura 8, verificou-se que grande parte dos associados participantes da pesquisa, opina que as taxas menores é o elemento que mais agrada na Cooperativa, seguido de atendimento diferenciado, o qual o associado é tratado de maneira mais calorosa do que as outras instituições financeiras, uma vez que o associado é o próprio dono.

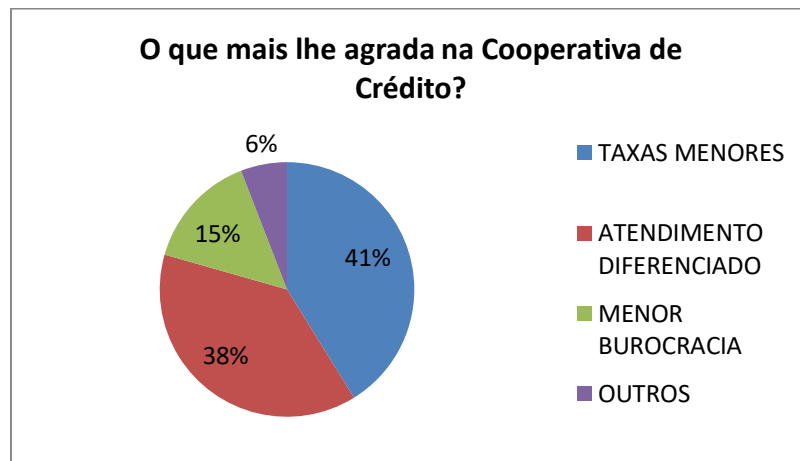


FIGURA 8 – O que mais lhe agrada na Cooperativa de Crédito?

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

Em contrapartida poucas pessoas escolheram menor burocracia como diferencial, visto como um gargalo identificado na instituição. Como exemplo, para conseguir um empréstimo Consignado, a pessoa somente poderá usufruir se for beneficiário do INSS, não incluindo funcionários públicos estaduais e municipais. Sendo assim somente aposentados pelo INSS, poderão realizar um empréstimo consignado, por outro lado apesar dos processos morosos, as taxas são menores e acessíveis.

Na figura 9, procurou-se avaliar o atendimento na cooperativa, conforme abaixo.

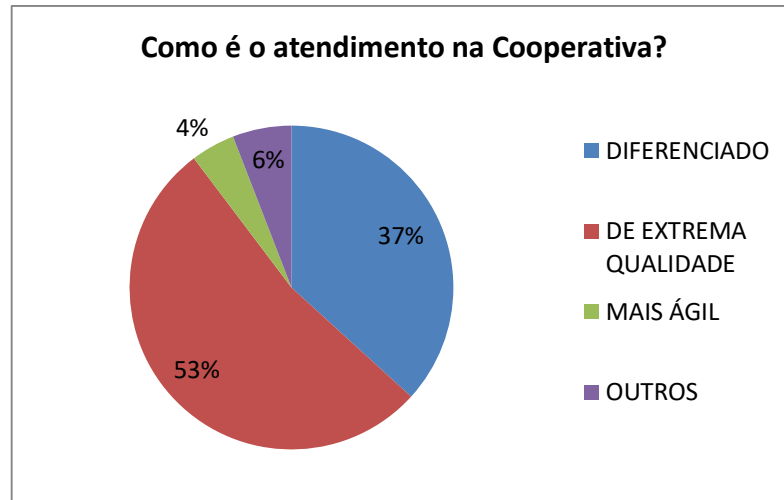


FIGURA 9 – Como é o atendimento na Cooperativa?

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

De acordo com dados da Figura acima, verifica-se ser de extrema qualidade com 58% foi a escolha dos associados em questão ao atendimento da cooperativa prestado pelos funcionários aos associados da Cooperativa de Crédito, logo seguido pelo atendimento diferenciado, com 37%. Segundo os dados relevantes da figura, a cooperativa presta aos seus associados um atendimento de maneira diferenciada e de extrema qualidade, pois conforme Jacques; Gonçalves (2016) as cooperativas geram valor através de uma maneira justa e igualitária em lidar com o cliente, prestando excelência em seu atendimento, suprimindo as necessidades econômicas de uma maneira adequada.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como finalidade identificar quais os métodos diferenciais de uma Cooperativa de Crédito na cidade de Sete Lagoas, o qual foi diagnosticado que as taxas reduzidas e o atendimento diferenciado são elementos essenciais para definir a grande importância da Cooperativa para os seus associados, desta forma mostra que todos objetivos foram atingidos, tanto de maneira geral, quanto específica, visto que foi possível evidenciar os pontos fortes de uma cooperativa de crédito ampliando, por meio da apresentação de seus princípios cooperativistas, a percepção dos cooperados em relação aos produtos e serviços e a qualidade do atendimento prestada pela cooperativa frente às outras instituições financeiras da cidade de Sete Lagoas MG.

Portanto dentro deste cenário pode-se verificar as particularidades do cooperativismo de crédito, e compreender os métodos diferenciais de uma Cooperativa de Crédito. Através da pesquisa revelou-se que os associados do SICOOB CREDISETE consideram as taxas mais acessíveis e o atendimento diferenciado, pontos cruciais para manter a sua conta corrente na Instituição pesquisada.

A Cooperativa estudada apresentou recursos capazes de conhecer sobre cooperativismo de crédito, a missão visão e valores, os pontos de atendimentos espalhados pela região de Sete Lagoas, mostrando o grande leque de agências que o associado pode contar com a sua Cooperativa, não se limitando a cidade de Sete Lagoas, uma vez que o SICOOB CREDISETE conta com 11 Pontos de Atendimento espalhados por Sete Lagoas e região, para ter uma assessoria completa em lugares diferentes.

Houve a realização de uma pesquisa de campo com 68 sessenta e oito associados, constatando que maior parte dos associados se sente satisfeitos com serviços prestados pela Cooperativa e pelo atendimento diferenciado, gerando um grau de percepção e satisfação dos diferenciais oferecidos pela cooperativa. Este fato gera uma vantagem, que podemos chamar de propaganda “boca a boca”, um associado satisfeito indica os serviços para outra pessoa não associada.

Assim mostra-se que ao final da pesquisa com um número relevante de respostas, as taxas e o atendimento diferenciado são elementos essenciais para que os associados se sintam plenamente satisfeitos em fazer parte do quadro de associados da Cooperativa, fazendo uma forte concorrência com as Instituições Bancárias Convencionais.

A pesquisa se limitou ao número de 68 associados, quantidade desta amostra pequena em comparação ao número total de associados na instituição estudada, e associado somente da matriz localizada na Praça Barão de Rio Branco, 170 Centro de Sete Lagoas.

Como recomendação foi apresentada para instituição estudada a ideia de realizar uma nova pesquisa, com uma amostra maior de participantes para uma exatidão dos dados para referenciar a opinião dos associados, servindo como direção para eventuais mudanças para melhorias seja em produtos, serviços e atendimento, procurando de uma maneira uniforme e adequada suprir a necessidade financeira de cada associado de uma maneira ímpar.

Enfim, conclui-se que a pesquisa serviu com uma troca de experiências e informações, com contribuição acadêmica e de outro a percepção dos cooperados frente ao atendimento e aos produtos e serviços prestados pelo SICOOB CREDISETE.

Por fim, diante da complexidade e importância do tema, bem como, das limitações do presente estudo, especialmente relacionadas à abrangência do estudo, sugere-se, como perspectiva de trabalhos futuros, a continuidade dos estudos com aprofundamento no tema, e ampliação da área de estudo em outras cooperativas com um número maior de entrevistados.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. M. de. **Indicadores de crescimento das cooperativas de crédito brasileiras: uma aplicação dos indicadores PEARLS em cooperativas de crédito pertencentes ao Sicoob.** Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro.** Alexandre Assaf Neto. 13ª. Ed. – São Paulo: Atlas, 2015.

BARROS, M. G. **Avaliação de eficiência das cooperativas de crédito no Brasil: um estudo com base na intermediação financeira e na prestação de serviços.** 2016. 161f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) - Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2016.

CARVALHO, A. D. de. **Estratégias de Marketing Relacional em Cooperativas de Crédito: um estudo no estado de minas gerais.** 2016. 202 f. Tese (Doutorado)-Programa de Pós-Graduação em Administração-Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade de Piracicaba, Piracicaba, 2016.

COSTA, L. F.; VALDISSER, C. R. **Análise Do Diferencial de Uma Cooperativa de Crédito em Relação a um Banco Comercial na Cidade De Monte Carmelo MG.** 2017 Disponível em: <<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/view/959/696>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2014.

JACQUES, E. R.; GONÇALVES, F. de O. **Economia e Sociedade Cooperativas de crédito no Brasil: evolução e impacto sobre a renda dos municípios brasileiros.** 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecos/v25n2/0104-0618-ecos-25-02-00489.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2019.

KOTLER, P. **Marketing 4.0**. 01 ed. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. 208p. Tradução de: Marketing 4.0.

MARTINS, V. M. C. **Gestão da inovação em cooperativa de grande porte do setor de fabricação de alimentos**. UFSM, 2018. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:L4SFhiN0UO8J:revistas.fw.uri.br/index.php/revista_PEARSON_Education_do_Brasil.adeadm/&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em: 09. junr. 2020

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PAIVA, B. G. M.; SANTOS, N. M. B. F. dos. **Um Estudo do Cooperativismo de Crédito no Brasil**. 2017. Disponível em: http://periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/4277/pdf_724. Acesso em: 23 abr. 2019.

REIS, B. dos S.; FONTES, E. A. **Análise da Eficiência Sócio Financeira de uma Cooperativa de Crédito de Minas Gerais**. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/rgc/article/view/27866/pdf>. Acesso em: 01 mai. 2019.

RYDLEWSKI, C.; GRISOTTO, R. **Cooperativas de crédito querem conquistar Brasil**. Revista Época Negócios, p. 7-22, 2017. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/01/> >. Acesso em: 18 abr. 2020.

SANTOS, A. L. C. **Mudanças regulatórias no microcrédito e desempenho financeiro e social de cooperativas de crédito no Brasil**. 2016. 186 f. Tese (Doutorado)- Programa de Pós-Graduação em Ciência-Faculdade de economia, Administração e contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

SCHNEIDER, J. A **Doutrina do Cooperativismo: Análise do Alcance, do Sentido e da Atualidade dos seus Valores, Princípios e Normas nos Tempos Atuais.** Cadernos Gestão Social, Salvador/Bahia, Universidade Federal da Bahia, v.3, n.2, p.251-273. 2012.

SEBRAE. **Diagnóstico territorial.** 2019.
<<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Diagnostico/Identidade-Territorial-das-Regioes-e-Microrregioes---Sete-Lagoas>>. Acesso em: 20 out. 2019.

SICOOB/CREDISETE. **Diagnóstico atual.** 2019. Disponível em:
<www.sicoobcredisete.com.br>. Acesso em 03 out 2019.

SILVA, N. G.; CARDOSO, T. A. de O.; MARTINS, L. N. N.; MARENA, R. C. F.; OLIVEIRA, T. V. M. **Cooperativa de Crédito versus bancos: uma análise comparativa de custo e investimentos em crédito rural.** 2018. Disponível em
<<http://www.periodicos.unir.br/index.php/rara/article/view/3198/2413>>. Acesso em: 01 mai. 2019.