ANÁLISE DOS INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Ida Luciana Martins Noriler – Mestre em Administração de Empresas pela Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB e docente na mesma Instituição

Denise Delprá Neto Machado – Doutora em Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB e docente na mesma Instituição.

RESUMO

O estudo do tema "responsabilidade social" tem sido cada vez mais freqüente nos dias atuais. Isto vem acontecendo pela necessidade de encontrarmos um caminho sustentável para o crescimento econômico e social do nosso planeta, que sem dúvida, já nos faz vários pedidos de ajuda pelo tratamento que vem sendo empregado para com ele. O trabalho buscou revelar como está a condução da responsabilidade social corporativa em uma cooperativa de crédito - denominada aqui de COOPRSE-, segundo os indicadores encontrados na fundamentação teórica. Como fonte de coleta de dados fez-se uso de um questionário estruturado, além de observação dos pesquisadores. O estudo caracterizou-se como sendo um estudo de caso e a pesquisa qualitativa. Os resultados da pesquisa permitiram verificar como ocorre a condução da responsabilidade social corporativa na Cooperativa de Crédito. Algumas recomendações foram feitas, tais como: elaboração de um código de ética e a implantação de política de redução de consumo de energia/água.

Palavras-chave: responsabilidade social corporativa, cooperativa de crédito, indicadores de responsabilidade social corporativa.

ABSTRACT

The study of the subject "social responsibility" has been nowadays more frequent. This has been happening due to the necessity to find a sustainable way for the economic and social growth of our planet, that undoubtedly, have made many aid requests for the treatment that comes has been employed for it. The work tried to disclose as how the conduction of the corporative social responsibility in a cooperative of credit – named here COOPRSE-, according to the indicators found in the theoretical recital. As source of the data collection was used a structuralized questionnaire, as well as the observation of the researchers. The study was characterized as being a case studied and a qualitative research. The results of the research had allowed to verify as the conduction of the corporative social responsibility in the Cooperative of Credit occur. Some recommendations had been made, such as: elaboration of an ethics code and the implantation of policies of energy reduction energy/water consumption.

Key Words: Social responsibility, corporative, credit cooperative, corporate social responsibility indicators

INTRODUÇÃO

A responsabilidade social corporativa está na forma como uma instituição conduz suas atividades de maneira que se torne efetivamente participativa e responsável pelo desenvolvimento da sociedade e na defesa do meio ambiente. As cooperativas de crédito por sua base, atuam em favor do desenvolvimento baseado na desconcentração da renda. Todavia, é importante que seja mensurada a eficácia da atuação da responsabilidade social corporativa neste tipo de organização. Este projeto visou analisar a existência dos indicadores de responsabilidade social coorporativo na COOPRSE. Busca-se em meio aos problemas sociais, econômicos, culturais, ambientais, entre outros problemas do mundo em que vivemos, sinalizações para uma atuação eficaz na sociedade atual.

A responsabilidade social corporativa não está somente nos investimentos que uma instituição faz em projetos sociais e/ou ambientais. Essa responsabilidade caracteriza-se na forma em que a empresa comunica-se com seus consumidores, na maneira em que se relaciona, chegando no estabelecimento de metas empresariais que geram o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. A base do cooperativismo está em valores de ajuda mútua e responsabilidade, democracia, solidariedade, e igualdade. Dá-se importância a este projeto visto que é necessário verificar se a responsabilidade social corporativa está inserida na COOPRSE, de forma precisa.

As cooperativas estão alicerçadas em valores éticos de honestidade, transparência preocupação com o semelhante e responsabilidade social. A COOPRSE é uma cooperativa que quer praticar a responsabilidade social corporativa, porém não se utiliza de indicadores para mensurar esta prática. E é com base nessa oportunidade que este projeto foi desenvolvido.

O foco central deste projeto foi o de fornecer a COOPRSE uma análise da sua atuação em termos de responsabilidade social corporativa e ambiental. Para tanto, foi feito uma busca dos indicadores em vários órgãos e autores. Esses indicadores serviram para monitorar como está sendo empregada, a responsabilidade social corporativa. Os mecanismos de monitoramento são importantes para avaliar como caminha a implantação da filosofia na empresa estudada.

A coleta de dados deu-se através de três entrevistas com a gerência da instituição tomando como base um formulário desenvolvido e a pesquisa exploratória, utilizando o método qualitativo. Os dados coletados foram analisados comparando a teoria encontrada com a realidade da COOPRSE.

INSTITUIÇÃO OBJETO DO ESTUDO

A COOPRSE é uma sociedade cooperativa de crédito, de responsabilidade limitada, regida pela legislação vigente, normas baixadas pelo Conselho Monetário Nacional, pela regulamentação estabelecida pelo Banco Central do Brasil, e por estatuto localizada no Estado de Santa Catarina, contando com 30 postos de atendimento com aproximadamente 50 mil sócios e 221 colaboradores.

OBJETIVO GERAL

Verificar, segundo os indicadores de responsabilidade social e ambiental estudados, como ocorre a condução da responsabilidade social corporativa na COOPRSE.

APORTES TEÓRICOS

A pesquisa bibliográfica auxiliou a fundamentar o tema em estudo.

ORIGEM DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com o Instituto Observatório Social (2004), a origem do tema Responsabilidade Social teve início na década de 60 nos Estados Unidos. Movimentos populares contra a Guerra do Vietnã se uniram em defesa de questões sociais como a paz, o equilíbrio ecológico e as discriminações raciais. Os universitários iniciaram com os primeiros protestos contra a atual sociedade que não oferecia soluções adequadas aos problemas existentes e que muitas vezes eram gerados por várias organizações. As manifestações ocasionaram o boicote aos produtos e ações de empresas que contribuíam para a guerra. As empresas passaram então a divulgar suas ações sociais para reverter a atual opinião sobre elas.
Com o tempo, tornou-se maior a fragilidade do primeiro setor - que corresponde ao Estado - a solucionar as questões sociais. O setor privado sentindo a necessidade de interferir, acabou trazendo essa atribuição para si. Atualmente o Terceiro Setor está em crescimento em todo o mundo e no Brasil.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Segundo Dreher; Souza; Noriler (2006, p. 5): "O conceito de responsabilidade social considera que o planeta, as comunidades locais, o ambiente, a sobrevivência dos negócios, estão todos relacionados." Sendo assim, os benefícios da responsabilidade social podem ser observados nas seguintes situações internas e externas das organizações, entre eles: valorização da imagem institucional e da marca; reconhecimento e maior fidelidade do consumidor; aumento da motivação dos colaboradores; atração e retenção de talentos; flexibilidade e capacidade de adaptação; diminuição de conflitos; maior longevidade; acesso a capitais e mercados. Os benefícios podem ocorrer com o auxílio das ferramentas de gestão que devem ser trabalhadas nos seguintes aspectos: códigos de condutas internos e externos; padrões de desempenho; normas de governança; normas de sistemas de gestão; padrões de relatório; verificação e auditoria.

Conforme Rico (2001, p. 2):

> Na compreensão dos institutos, fundações, associações empresariais que vêm buscando assumir uma gestão socialmente responsável nos negócios, a responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir as ações organizacionais pautada em valores éticos que visem integrar todos os protagonistas de suas relações: clientes, fornecedores, consumidores, comunidade local, governo (público externo) e direção, gerência e funcionários (público interno), ou seja, todos aqueles que são diretamente ou não afetados por suas atividades, contribuindo para a construção de uma sociedade que promova a igualdade de oportunidades e a inclusão social no país. As empresas, adotando um comportamento socialmente responsável, são poderosos agentes de mudança ao assumirem parcerias com o Estado e a

> sociedade civil, na construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo.

As parcerias formadas por estes atores possibilitam o desenvolvimento e a sustentabilidade local. Se empresas, Estado e sociedade civil se unirem na preservação do meio ambiente e nas práticas de responsabilidade social estarão proporcionando um mundo melhor.

As empresas começam a perceber a sua influência na sociedade. Dá-se início a uma nova filosofia de gestão das empresas que passam a ser geridas com responsabilidade social.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL

No Brasil, já em 1965, era aprovada a "Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas'', a qual ressaltava que, a crise do mundo contemporâneo tinha como um de seus vetores a falta de princípios cristãos e de justiça social das instituições econômico-sociais, alegando que empresas não cumpriam a sua função social.

Em 1974 foi elaborado e divulgado em todo o País o Decálogo do Empresário e três anos após foi constituída a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). A entidade se baseava no fato de que as empresas deveriam, além de produzir produtos e serviços, também desempenhar uma função social com seus trabalhadores e com a comunidade em geral. Porém, desde o início da industrialização brasileira, as empresas eram acostumadas a receber vários subsídios do Estado. O Estado auxiliava fortemente as empresas com o intuito de incrementar a industrialização, tendo como proposta o aumento do emprego. Assim, a mudança para um gerenciamento visando também o social e o meio ambiente não alcançou muitos resultados favoráveis.

Segundo o Instituto Observatório Social (2004, p.27):

> O perfil sócio-econômico do Brasil justificaria a importância de iniciativas filantrópicas por parte das empresas. O quadro de miséria, fome, desemprego, falta de direitos garantidos, corrupção, não cumprimento da legislação vigente, entre outros, tornam valiosas ações de caráter imediato como a filantropia. Embora não solucionem, essas iniciativas amenizam os graves problemas sociais de pequenos grupos. Por muitos anos as ações sociais das empresas no Brasil foram tratadas sob este aspecto.

Pode-se destacar no Brasil atualmente, o crescimento reconhecido de iniciativas empresariais em áreas sociais, através das muitas premiações existentes nesse âmbito que demonstram o crescimento da temática da Responsabilidade Social Corporativa nacionalmente: Selo Empresa Cidadã (Câmara Municipal de São Paulo), Top Social ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil), Prêmio Eco (AMCHAM – Câmara Americana de Comércio) e Selo Empresa Amiga da Criança (Fundação Abrinq).

Já na década de 60, com o pós-guerra e o boicote dos produtos fabricados por empresas que ajudaram na guerra, percebeu-se que as empresas eram suscetíveis às reações dos grupos em que se relacionam.

De acordo com o Instituto Observatório Social (2004, p.20):

> Na década de 1990 começou a ser elaborado um novo posicionamento e uma nova discussão sobre a responsabilidade social das empresas. Nesta "nova versão", as principais preocupações voltaram-se para uma maior operacionalização de suas práticas, extrapolando a idéia de filantropia. A RSE passa a ser considerada um elemento importante

para o desenvolvimento dos negócios e para estabelecer relações positivas das empresas com as assim chamadas partes interessadas.

As partes interessadas, citadas pelo Instituto Observatório Social, são ilustradas na Figura 1. Percebe-se que são todos os indivíduos ou grupos que possam afetar os negócios, sendo chamados de *stakeholders.*

Para Schermerhorn Junior (2006, p. 17), "Os *stakeholders* representam as pessoas, grupos de instituições que afetam ou são afetadas diretamente pelo desempenho de uma organização."

A responsabilidade social corporativa deve ser mais que uma estratégia de marketing da organização, ela deve fazer parte da cultura organizacional. Uma empresa socialmente responsável deve, além de maximizar riquezas, distribuir de alguma forma essa riqueza para as partes interessadas. Deve também investindo em projetos sociais, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade, se posicionando contra agressões ao meio ambiente, desenvolvendo seus negócios de forma a beneficiar a todos, procurando gerar emprego estável e mantendo relações saudáveis e postura ética com os *stakeholders*.

Figura 1 - A empresa e suas partes interessadas

Fonte: Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social (2005)

OS BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A EMPRESA

Atuar com responsabilidade social corporativa vem sendo tema de muitas discussões dos responsáveis pela estratégia da empresa. A sociedade vem pressionando as empresas a atuarem em seu benefício valorizando as questões sociais. Não atender a essas exigências pode tornar fracassado o negócio. Todavia, como já comentado anteriormente, a responsabilidade social corporativa não deve ser tratada somente como uma estratégia de marketing para a empresa.

Os principais benefícios para as empresas que adotam a responsabilidade social corporativa conforme o INSTITUTO ETHOS (2004) são:

- Valorização da marca e da imagem institucional: As empresas ficam bem vistas aos olhos da sociedade. Sua marca é lembrada por ações sociais praticadas e a imagem da empresa preocupada com os problemas sociais e ambientais agrada aos seus grupos interessados.
- Maior lealdade do consumidor: O consumidor preocupado com os atuais problemas ambientais e sociais que norteiam nosso dia-a-dia, certamente dará preferência aos produtos e serviços das empresas socialmente responsáveis. Com a atual concorrência, a empresa que ganha a lealdade do consumidor está sem dúvida caminhando para o sucesso.
- Maior capacidade de recrutar e manter talentos: Em relação aos colaboradores a empresa que adota a responsabilidade social corporativa tem maior facilidade de manter funcionários mais satisfeitos, mais motivados e que, por essa razão, trabalham e produzem melhor, fazendo assim com que os colaboradores mantenham-se na empresa por gostar do ambiente de trabalho. Na seleção de colaboradores, a empresa socialmente responsável já tem habilidades para recrutar pessoas com um perfil socialmente responsável, atrair aos processos seletivos candidatos de todas as diversidades (etnia, cor, religião, sexo, idade, etc); atentar-se para a contratação de pessoas com deficiência, além de respeitar a legislação nacional relativa que proíbe o trabalho antes dos 16 anos. E os profissionais, também preferem escolher trabalhar em empresas que praticam a responsabilidade social corporativa.
- Aumento de parcerias: As empresas que praticam a responsabilidade social têm maior possibilidade em fazer parcerias com outras organizações que também adotam esta filosofia. É cada vez maior o número de universidades, instituições, governos federais e estaduais, prefeituras, que se juntam às empresas na implementação de suas ações socialmente responsáveis. Essas parcerias aumentam o círculo de contato da empresa, o que faz com que aumente também sua divulgação.
- Longevidade: A construção da imagem da empresa como socialmente responsável, a lealdade do consumidor, a capacidade de recrutar e manter talentos, o aumento de parcerias, ou seja, todos os benefícios da responsabilidade social empresarial mencionados até aqui, estarão levando a empresa a uma maior longevidade no mercado, à medida que a credibilidade empresarial passa a ser uma importante vantagem.

OS BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A COMUNIDADE LOCAL

A responsabilidade social corporativa pode transformar a sociedade por uma série de elementos. Segundo Neto e Froes (2002, p. 41) esses elementos são:

- Aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidades e competências disponíveis em seu meio;
- Aumento do nível de consciência da comunidade com relação ao seu próprio desenvolvimento;
- Mudança de valores das pessoas que são sensibilizadas, encorajadas e fortalecidas em sua auto-estima;
- Aumento da participação dos membros da comunidade em ações empreendedoras locais;
- Aumento do sentimento de conexão das pessoas com a sua cidade, terra e cultura;
- Estímulo ao surgimento de novas idéias que incluem alternativas sustentáveis para o desenvolvimento;
- Transformação da população em proprietária e operadora dos empreendimentos sociais locais;
- Inclusão social da comunicação;

- Busca de maior auto-suficiência pelos membros da comunidade local;
- Melhoria da qualidade de vida dos habitantes.

Podemos observar assim, a importância da responsabilidade social para a comunidade local. A comunidade faz parte das ações transformadoras, sendo protagonista de ações socialmente responsáveis e sendo beneficiária destas ações.
A responsabilidade social está na consciência social e no dever cívico. A ação de responsabilidade social é coletiva e não individual como é a filantropia. Algumas diferenças entre responsabilidade social e filantropia podem ser observadas no quadro 1.

Filantropia	**Responsabilidade Social**
Ação individual e voluntária.	Ação coletiva.
Fomento da caridade.	Fomento da cidadania.
Base assistencialista.	Base estratégica.
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados.	Extensiva a todos.
Prescinde de gerenciamento.	Demanda gerenciamento.
Decisão individual.	Decisão consensual.

Quadro 1 – Diferença entre filantropia e responsabilidade social

Fonte: Neto e Froes (2001, p. 28)

OS INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Com o objetivo de fornecer à COOPRSE a possibilidade de um diagnóstico mais preciso e aprofundado, foram filtrados indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades do setor de Cooperativa de Crédito. Em todos os indicadores e autores pesquisados foi visto que os que mais se enquadram à realidade da Cooperativa são o Manual de Indicadores – OCESP/SESCOOP-SP e os Indicadores ETHOS. Contudo, todos os demais indicadores tem seu grau de importância para um excelente gerenciamento de responsabilidade social corporativa.
O Manual de Indicadores – OCESP – SESCOOP/SP deixa claro a disposição de abordar a responsabilidade social com a relevância que o assunto tem na doutrina cooperativista. Os

indicadores que este manual traz, auxiliam os gestores das cooperativas a planejar, elaborar e implantar programas e políticas de responsabilidade social. Todavia, o Manual não está voltado ao ramo Financeiro. Para isso, foi adaptado o questionário juntamente com os Indicadores ETHOS e os Indicadores ETHOS Setoriais de Responsabilidade Social Empresarial do Setor Financeiro. O Instituto ETHOS possui um esforço atuante em oferecer às empresas ferramentas que as auxiliem no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a responsabilidade social e com o desenvolvimento sustentável.
O quadro 5 apresenta todas as ferramentas de gestão estudadas, sua finalidade e seus respectivos indicadores:

Ferramenta de Gestão	**Finalidade**	**Indicadores**
ISO 26000	Estabelecer um padrão internacional para implantação de um sistema de gestão de R.S.E e de certificação de empresas.	• Norma em elaboração, com previsão de publicação em 2008.
SA 8000	Ferramenta de gerenciamento das relações de trabalho.	• Sistema de gestão • Remuneração • Saúde e Segurança • Discriminação • Horário de trabalho • Liberdade de associação e direito à negociação coletiva • Trabalho infantil • Trabalho forçado • Práticas disciplinares.
AA 1000	Obter um relato social ético da empresa e assegurar a qualidade da contabilidade e auditoria.	• Planejamento • Contabilidade • Auditoria e relatório • Implementação • Engajamento das partes interessadas.
ISO 14000	Elaboração e Controle do Sistema de Gestão Ambiental que avalia e reduz o dano provocado potencialmente ao	• Sistema de Gestão Ambiental.

	meio ambiente pelas atividades da empresa.	
Indicadores ETHOS	Instrumento de avaliação e planejamento para empresas que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios.	• Valores e transparência • Público interno • Meio ambiente • Fornecedores • Consumidores e clientes • Comunidades • Governo e sociedade.
Balanço Social	Demonstrar com base técnica contábil, gerencial e econômica as ações da empresa para com a sociedade.	*Indicadores Sociais Internos:* • Alimentação • Encargos sociais compulsórios • Previdência privada • Saúde • Segurança e medicina do trabalho • Educação • Cultura • Capacitação e desenvolvimento profissional • Creches • PPR *Indicadores Sociais Externos:* • Educação • Cultura • Saúde e saneamento • Habitação

		• Esporte • Lazer • Creches • Alimentação *Indicadores Ambientais* • Relacionados com a operação da empresa - Programas e/ou projetos externos.
Check-list de Melo Neto e Froes	Auxiliar as empresas a gerenciar com eficácia e eficiência suas ações sociais.	*Responsabilidade Social Interna:* • Benefícios e sistema de remuneração • Gestão de trabalho • Ambiente de trabalho • Relevância social da vida no trabalho • Espaço total de vida • Direitos dos empregados • Desenvolvimento dos empregados. *Responsabilidade Social Externa:* • Relações empresa-comunidade. *Responsabilidade Social Ambiental:* • Meio ambiente.
Manual de Indicadores – OCESP/SESCOOP-SP	Fornecer às cooperativas uma ferramenta de análise, planejamento e acompanhamento de suas práticas de responsabilidade social.	• Ética e transparência • Administração do impacto ambiental e ecológico • Relações com a

		comunidade • Relação com os cooperados e seus familiares • Relação com os fornecedores • Relação com os clientes e consumidores finais • Relação com os Poderes Públicos.

Quadro 2 – Ferramentas de Gestão

Fonte: os autores

ANÁLISE DOS INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DA COOPRSE

Diante da análise dos indicadores realizada na fundamentação teórica, e do resumo dos mesmos indicadores no quadro 5, foi organizado o questionário dos indicadores em sete temas:
- Ética e Transparência;
- Meio Ambiente;
- Público Interno – Colaboradores;
- Cooperados;
- Comunidade;
- Fornecedores;
- Poderes Públicos.

Cada um desses indicadores é dividido em um conjunto de ítens cuja finalidade é explorar como a cooperativa pode melhorar seu desempenho nos respectivos temas, mas por diferentes perspectivas.

Indicador 1: Ética e Transparência
- Compromissos éticos;
- Enraizamento na cultura organizacional;
- Diálogo com as partes interessadas (Stakeholders);
- Balanço social.

Indicador 2: Meio Ambiente
- Gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços;
- Compromisso com a melhoria da qualidade ambiental;
- Educação ambiental;
- Minimização de entradas e saídas de materiais.

Indicador 3: Público Interno
- Relação com sindicatos;

- Gestão participativa;
- Compromisso com o futuro das crianças;
- Valorização da diversidade;
- Relação com Trabalhadores Terceirizados;
- Política de Remuneração, Benefícios e Carreira;
- Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho;
- Compromisso para o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade;
- Comportamento Frente a Demissões;
- Preparação para aposentadoria.

Indicador 4: Cooperados
- Gestão do Capital;
- Gestão Administrativa e Participativa;
- Organização do Quadro Social;
- Política de Comunicação;
- Excelência do Atendimento;
- Plano de Capacitação e Educação de Cooperados;
- Necessidades de Saúde e Previdência de Cooperados.

Indicador 5: Comunidade
- Gerenciamento do Impacto da Cooperativa na Comunidade;
- Relação com Organizações Locais;
- Financiamento da Ação Social;
- Envolvimento com a Ação Social.

Indicador 6: Fornecedores
- Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores;
- Cumprimento da Legislação Trabalhista;
- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores.

Indicador 7: Poderes Públicos
- Contribuição para Campanhas Políticas;
- Construção da Cidadania;
- Práticas Anticorrupção e Antipropina.

Análise Indicador 1: Ética e Transparência

Diante dos dados coletados, podemos observar que há a existência de compromissos éticos na COOPRSE através da preocupação ética nas ações e nos negócios da cooperativa. A COOPRSE consegue identificar plenamente os seus valores e princípios. Estes são mais do que meramente informais, pois fizeram parte inclusive da formulação do Planejamento Estratégico.

A cooperativa tem preocupação extrema com a divulgação dos valores e princípios aos seus públicos de interesse fazendo com que ocorra o enraizamento e entendimento da cultura cooperativista. Pode-se observar que a cooperativa dissemina seus valores entre os colaboradores, oferecendo treinamentos focados em cooperativismo; afinal, os colaboradores são os principais agentes de disseminação destes valores aos demais cooperados e sócios do negócio.

Percebe-se também que a COOPRSE, tem o objetivo de proporcionar aos cooperados, conhecimento sobre os princípios e valores do cooperativismo, bem como fazer com que

obtenham maior conhecimento sobre a sua cooperativa, isso por que os indivíduos são sócios da cooperativa, e não são apenas clientes, como seriam em um Banco.
O diálogo com as partes interessadas, *stakeholders*, existe nas diversas formas que a COOPRSE utiliza para comunicação. Percebe-se que a cooperativa possui diversos instrumentos de comunicação com as partes interessadas.
Relata-se que a preocupação de atuar eticamente na COOPRSE, está formalizada no Estatuto Social, Regimento Interno e Planejamento Estratégico. Porém, a COOPRSE não possui um código de ética.

Análise Indicador 2: Meio Ambiente
A COOPRSE faz o gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços. Tem o conhecimento de sua utilização de papel como recurso ambiental mais utilizado. Possui o interesse em amenizar os impactos ambientais utilizando-se de ferramentas para isto.
Possui o compromisso com a melhoria da qualidade ambiental, porém não fornece nenhuma linha de crédito para o desenvolvimento de projetos que visam prevenir ou reparar algum dano ao meio ambiente. Possui ferramentas utilizadas para alcançar a qualidade ambiental como: educação, treinamento, controle de documentação, organização e limpeza, inspeções e auditorias do programa 5S e análise crítica periódica. Verifica-se a falta de um plano de metas e objetivos para alcançar a qualidade ambiental.
A COOPRSE engaja programas internos como o 5S, promovendo a educação ambiental aos colaboradores, e realiza a destinação adequada do lixo através da coleta seletiva de lixo. Também tem programa externo de educação ambiental como a apresentação teatral que enfoca o meio ambiente e a cooperação. Promove a idéia de que amenizar os impactos ambientais da cooperativa não está somente na administração e sim parte de cada colaborador e cooperado com o cuidado para o não desperdício e a reciclagem.
Não possui nenhuma política formal ou prática de redução de consumo de energia e água, porém tenta minimizar as entradas e saídas do papel, fazendo uso de rascunhos e utilizando papel reciclável em uma parte das operações.

Análise Indicador 3: Público Interno
A COOPRSE não tem nenhuma relação com os Sindicatos. Não possui sindicato que represente a sua categoria.
A cooperativa valoriza a participação das pessoas promovendo a gestão participativa no ambiente de trabalho. Os responsáveis dos postos de atendimento participam de reuniões periódicas com a gerência e repassam estas informações aos demais colaboradores. O orçamento anual de cada posto de atendimento é feito com o coordenador e sua equipe.
Percebe-se que a COOPRSE possui o compromisso com o futuro das crianças nos seus projetos e programas voltados a esse público onde auxilia na formação e educação dos mesmos. Apesar de respeitar a legislação nacional relativa que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, não discute internamente e externamente a importância da educação e as conseqüências do trabalho infantil.
Não tem programas que atraiam aos processos seletivos candidatos de todas as diversidades. Não possui programas específico de contratação de pessoas com deficiência, porém verifica-se que no quadro de colaboradores da COOPRSE, são presentes pessoas com tais deficiência. Atualmente a cooperativa possui colaboradores portadores de necessidades especiais. Estes colaboradores representam pouco mais de 1% do número total de funcionários.
Outro dado interessante, é que 0,45% do total de colaboradores são caracterizados por eles mesmos como negros. Percebe-se ainda que apesar do número de mulheres que trabalham na cooperativa, poucas exercem cargos de chefia.

Em sua relação com os empregados terceirizados, a COOPRSE não os prioriza, nem monitora seus fornecedores para que proporcionem a seus empregados níveis salariais compatíveis com a média de mercado. Percebe-se então, que o interesse pelos trabalhadores terceirizados não é analisado pela cooperativa.
O plano de cargos e salários não é transparente demonstrando, que sua política de remuneração é desconhecida pelos colaboradores.
Percebe-se que a cooperativa oferece a seus colaboradores vários benefícios como vale-alimentação, auxílio-creche, seguros de vida e auxílio transporte, plano de saúde, porém não são todos os colaboradores que são contemplados. Em alguns casos tais benefícios contemplam somente os funcionários contratados, em outros, contemplam somente os estagiários. Fornece participação que complementa o salário (PPR) a todos os colaboradores, podendo estes a chegar a ter um 15º salário ao ano.
Não possui campanha regular de conscientização das condições de trabalho, e nem pesquisa o nível de satisfação do colaborador. Preocupa-se com a saúde e segurança fornecendo planos de saúde e disponibilizando em todos seus postos de atendimento ítens e serviços de segurança como vigilantes treinados, câmeras de vídeos, extintores e porta giratória.
A COOPRSE tem o compromisso para o desenvolvimento profissional, oferecendo aos seus colaboradores biblioteca, bolsas de estudos, cursos internos e ainda uma série de cursos disponibilizados através de um programa de treinamento próprio denominado aqui de TreinaCoop. Especializações são oferecidas apenas a um grupo de colaboradores, analisadas caso a caso. A empregabilidade na COOPRSE não é muito trabalhada, pois as bolsas de estudos e especializações são voltadas apenas aos cursos que a cooperativa acredita ser de sua área de interesse.
O comportamento frente às demissões na COOPRSE não é conduzido à recolocação de colaborador no mercado de trabalho, porém a mesma faz a manutenção de alguns benefícios a colaboradores desligados.
Visando preparar seus colaboradores para a aposentadoria a COOPRSE oferece aos colaboradores plano especial de previdência privada.

Análise Indicador 4: Cooperados

As eventuais sobras da cooperativa retornam ao cooperado de forma que o destino deste retorno é decidido democraticamente, em assembléia geral.
A COOPRSE adota uma gestão participativa fazendo com que os colaboradores e cooperados participem das pré-assembléias e assembléia geral. Os processos de eleição e escolha dos dirigentes da cooperativa são efetivamente democráticos, sendo que são realizadas eleições em Assembléia Geral, sendo aprovadas pelos cooperados presentes. A cooperativa tem a Assembléia Geral como órgão supremo, colocando nela, portanto nos cooperados, a confiança da decisão. Portanto demonstra que adota plenamente a democracia como forma de gestão.
A organização do quadro social da cooperativa é realizada através de comitês educativos. Cada posto de atendimento da COOPRSE é composto por um comitê educativo, três representantes dos cooperados que auxiliam a cooperativa na difusão do cooperativismo e divulgação da importância da participação nas atividades da cooperativa.
A política de comunicação na COOPRSE é correta ao informar sistematicamente os cooperados sobre condições praticadas em seus produtos e serviços, bem como a alteração das mesmas. Também preocupa-se no entendimento das informações pelos cooperados redigindo comunicados e contratos de fácil compreensão.
Pesquisa o nível de satisfação do cooperado buscando melhorar a qualidade de seus produtos, serviços e atendimento. Esta pesquisa é realizada anualmente, o que demonstra periodicidade e comprometimento. Os pesquisadores são contratados através de uma empresa terceirizada.
A COOPRSE nunca foi questionada judicialmente sobre juros abusivos.

Possui um plano de capacitação e educação de cooperados - TreinaCoop -, oferecendo cursos e palestras, beneficiando cooperados, familiares e comunidade. Todavia, verifica-se que o TreinaCoop engloba aspectos que a cooperativa acredita ser importante. Não é realizado pesquisa na comunidade para verificar quais aspectos são realmente necessários a ela.
Preocupa-se com as necessidades de saúde dos cooperados possuindo convênio com a Unimed, oferecendo planos de saúde, e a Uniodonto, oferecendo planos de assistência odontológica, porém não oferece nenhum plano de previdência.

Análise Indicador 5: Comunidade
A cooperativa possui boas relações com organizações locais. Um exemplo é o convênio com a Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais, onde o cooperado autoriza a debitar de sua conta corrente na COOPRSE uma contribuição para a instituição. A cooperativa também se relaciona com escolas e outras entidades na realização dos eventos do TreinaCoop.
O financiamento de ações sociais são definidos em orçamento específicos para doações e contribuições, já com critérios predeterminados.
Possui envolvimento com a ação social, oferecendo cursos e palestras gratuitamente para cooperados e comunidade.
Em suas linhas de crédito possui microcrédito, empréstimo com juros reduzidos, possibilitando o acesso ao crédito para pessoas que não tem acesso ao sistema financeiro formal, visando a geração de renda e equidade social.
Não possui linha de crédito específica para a aquisição de equipamentos ou modificação de processos que facilitem a inclusão social.
Apesar de reconhecer a importância do voluntariado, a COOPRSE não iniciou até então campanhas para este fim, nem possui programas formais para a atuação de seus colaboradores e/ou associados como voluntários.

Análise Indicador 6: Fornecedores
Em seus critérios de seleção e avaliação de fornecedores a COOPRSE utiliza-se de critérios técnicos, como qualidade e preço, e também critérios de natureza sócio-ambiental, como a não utilização de trabalho infantil, proteção ambiental entre outros. Todavia, esses critérios não estão formalizados. A cooperativa incentiva que seus fornecedores sigam critérios de responsabilidade social na seleção de seus próprios fornecedores.
O cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal é exigido dos fornecedores e estas questões estão formalizadas em seus contratos.
A COOPRSE presta apoio ao desenvolvimento de fornecedores de igual ou menor porte. Estimula e patrocina o envolvimento dos fornecedores em projetos sociais e ambientais.

Análise Indicador 7: Poderes Públicos
A cooperativa não apóia e nem financia campanhas políticas de candidatos e partidos políticos. Sabe que não cumpre com suas responsabilidades sociais somente pagando seus impostos e tributos devidos, porém não participa da elaboração nem implantação de projetos públicos de responsabilidade social. Possui seus próprios projetos sem possuir relações com os poderes públicos.
Com relação à construção da cidadania, a COOPRSE promove discussão no TreinaCoop sobre este tema. Porém, não promove discussões de temas como a participação popular e o combate à corrupção.
Nunca recebeu nenhuma oferta de favorecimento ilícito, porém faria denúncia se isto viesse a acontecer.

No que diz respeito às práticas anticorrupção e antipropina, verificou-se com o questionário e com as observações, que a cooperativa faz auditorias para verificar o cumprimento das normas exigidas pelo Banco Central do Brasil.

CONCLUSÃO

Em conformidade com os objetivos propostos nesta pesquisa, após defrontar os conhecimentos adquiridos com a literatura estudada, bem como dados coletados através de questionários adaptado e observações, pretende-se desenvolver algumas conclusões e recomendações que se fazem necessárias.

Ética e Transparência:

- Elaboração de um código de ética para auxiliar no diálogo com as partes interessadas.
- Concluir o balanço social para confirmar, através de base técnica contábil, gerencial e econômica, a situação da cooperativa no campo social.

Meio Ambiente:
- Fornecer linha de crédito para o desenvolvimento de projetos que visem prevenir ou reparar algum dano ao meio ambiente.
- Formular um plano de metas e objetivos para alcançar a qualidade ambiental.
- Implantar política ou prática de redução de consumo de energia e água.
- Implantar postos de coleta seletiva para a destinação do plástico.
- Propor aos colaboradores que utilizem canecas para beber água e café, evitando assim a utilização de copos plásticos.

Público Interno – Colaboradores:
- Discutir internamente a importância da educação e as conseqüências do trabalho infantil.
- Implantar programa específicos para a valorização da diversidade e contratação de pessoas com deficiência.
- Oferecer oportunidades às mulheres para que possam exercer cargos de chefia assim como os homens.
- Melhorar a relação com os empregados terceirizados, monitorando seus fornecedores para que proporcionem a seus empregados níveis salariais compatíveis com a média de mercado.
- Tornar os planos de cargos e salários transparentes.
- Implantar campanha regular de conscientização das condições de trabalho.
- Implantar pesquisa de nível de motivação e satisfação do colaborador para melhorar a qualidade de vida e a produtividade.
- Implantar programa de recolocação de colaborador no mercado de trabalho.

Cooperados:
- Oferecer plano de previdência aos seus cooperados a fim de assegurar uma aposentadoria que permita uma melhor qualidade de vida.

Comunidade:
- Iniciar programas para o voluntariado possuindo programas formais para a atuação de seus colaboradores e/ou associados como voluntários.
- Fornecer linhas de crédito específica para a aquisição de equipamentos ou modificação de processos que facilitem a inclusão social.

Fornecedores:
- Formalizar em seus contratos com fornecedores a exigência de aspectos de natureza sócio-ambiental (não utilização de trabalho de menores, proteção ambiental, etc.).

Poderes Públicos:
- Participar da elaboração e implantação de projetos públicos de responsabilidade social, tais como os de associações comerciais já existentes na cidade.
- Promover palestras que englobam temas como combate à corrupção.

REFERÊNCIAS

DREHER, Marialva Tomio; Souza, Vanessa Fraga de; Noriler, Ida Luciana Martins. **Estratégias de Participação Pública e Privada: um Estudo da Intersetorialidade como Fator de Ordenação da Responsabilidade Social Empresarial.** Artigo X Colóquio Internacional sobre Poder Local, Salvador, 2006.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL. **Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo, 2000. Disponível em: www.ethos.org.br

____. **Guia de Compatibilidade de Ferramentas.** São Paulo: Margraf, 2004.

____. **Reflexão:** Os novos desafios da responsabilidade social empresarial. Ano 2 – nº. 5, 2005.

INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL. **Responsabilidade Social Empresarial**: perspectivas para a atuação sindical. Florianópolis: IOS, 2004. Disponível em: www.observatoriosocial.com.br

NETO, Francisco Paulo de Melo; FROES César. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa:** O caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

RICO, Elizabeth de Melo (Org.). **Avaliação de políticas sociais:** uma questão em debate. São Paulo: Cortez, 2001.

SCHERMERHORN JUNIOR, John R. **Administração:** conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: LTC, 2006.