



ANÁLISE DOS PRINCIPAIS DIFERENCIAIS DE UMA
COOPERATIVA DE CRÉDITO E UM BANCO COMERCIAL NA
CIDADE DE ANAPOLIS-GO.

Analysis of the Main Differentials of a Credit Cooperative and a Commercial
Bank in the City of Anápolis-GO.

Tanclêdes Vieira da Silva Júnior¹

Rosalina Maria de Lima Leite Nascimento²

¹ Tanclêdes Vieira da Silva Júnior - Bacharelado no curso de Administração pelo Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) –Brasil - E-mail: tancledesjunior@gmail.com

² Dr^a Rosalina M. de L. Nascimento – Professora do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) Brasil - Email: rosalina.nascimento@unievangelica.edu.br

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo de caso das principais diferenças entre uma cooperativa de crédito e um banco comercial na cidade de Anápolis-GO. Com o intuito de compreender a diferença entre uma cooperativa de crédito e um banco comercial no que se refere a produtos e serviços prestados por cada instituição, consta no trabalho a análise histórica do cooperativismo, com suas origens, principais produtos e serviços prestados aos seus associados. Além disso, foi desenvolvido estudo por meio de um questionário aplicado a 20 associados de cooperativa de crédito, com o objetivo de verificar as diferenças e o grau de satisfação dos associados em relação ao banco comercial e uma cooperativa de crédito. O resultado da análise dos questionários aponta que melhores taxas e praticidade são fatores que são levados em consideração nas escolhas de uma cooperativa de crédito como principal instituição financeira de cada indivíduo. Nesse sentido, nota-se, também, que a escolha pela cooperativa de crédito fideliza o cliente, já que os resultados demonstram que a pessoa não troca mais a cooperativa de crédito pelo banco comercial por conta da diferença no tratamento para com o associado. Assim, quanto as diferenças entre o banco comercial e a cooperativa de crédito destaca-se as tanto taxas atrativas, quanto as sobras, que são divididas entre os associados de acordo com o percentual utilizados dos produtos e serviços durante o ano, pois, ao final de cada ano é feito a divisão das sobras nas contas correntes do associado, diferente dos bancos comerciais, que dividem apenas com seus acionistas.

Palavras-chave: cooperativa de crédito; banco comercial; produtos e serviços.

ABSTRACT

This paper presents a case study of the main differences between a credit union and a commercial bank in the city of Anápolis-GO. In order to understand the difference between a credit cooperative and a commercial bank with regard to products and services provided by each institution, the historical analysis of cooperativism, with its origins, main products and services provided to its members, appears in the paper. In addition, a study was developed through a questionnaire applied to 20 members of the credit union, with the aim of verifying the differences and the degree of satisfaction of the members in relation to the commercial bank and a credit union. The result of the analysis of the questionnaires shows that better rates and practicality are factors that are taken into account when choosing a credit union as the main financial institution for each individual. In this sense, it is also noted that the choice by the credit union makes the customer loyal, since the results show that the person no longer exchanges the credit union with the commercial bank due to the difference in treatment towards the member. Thus, as for the differences between the commercial bank and the credit union, the attractive rates, as well as the leftovers, which are divided among the members according to the percentage of products and services used during the year stand out, because at the end each year, the surplus is divided into the current accounts of the member, unlike commercial banks, which they share only with their shareholders.

Key words: credit cooperative; commercial bank; products and services.

1. INTRODUÇÃO

A cada dia que passa as cooperativas de crédito tem conquistado maior credibilidade no setor financeiro, pois, as mesmas têm se tornado uma opção mais rentável e segura para os associados que, ao entenderem a verdadeira finalidade e origem do cooperativismo, passam a usar as cooperativas como sua principal instituição financeira.

Mesmo com as medidas governamentais que visam favorecer o sistema bancário, na intenção de fortalecer e movimentar a economia, os bancos comerciais começaram a perder público, pois, com a ambição de sempre querer mais clientes e fazer mais e mais negócios, passaram a atender seus consumidores de qualquer forma e sem a devida atenção. A partir desse cenário, muitos usuários de bancos comerciais ficaram insatisfeitos, e cada vez mais procuram cooperativas de crédito como solução para esse tipo de situação, uma vez que no Brasil existem poucos grandes bancos como referência, que fazem uma manipulação do mercado financeiro, pois são as grandes forças do ramo econômico no país.

Na análise do cenário na cidade de Anápolis-GO pode-se perceber que as unidades da cooperativa em estudo têm aberto novas unidades no município, e contam com plano de ação e crescimento arrojado para tornarem-se cada vez mais referência no ramo de atuação. Outro ponto abordado e de grande relevância apresentado neste artigo será a abordagem que as cooperativas de crédito têm em relação à cidade onde estão presentes: as cooperativas contam com projetos de responsabilidade social, ambiental e ensina seus funcionários de forma diferente da cultura dos bancos comerciais, isso faz com que o cuidado da cooperativa com seus associados seja diferente.

Assim, é possível observar que essa abordagem indica que o tratamento dispensado aos cooperados faz com que os mesmos se sintam verdadeiros donos das unidades. O atendimento praticado nas cooperativas é mais humano e tem todo cuidado em atender as necessidades de seus associados, dando a eles completo suporte para suprir e atender suas necessidades.

Por outro lado o ponto de destaque das cooperativas de crédito é que elas possuem todo o mix de produtos de um banco comercial, tais como conta poupança, conta corrente, cartão de crédito, financiamento habitacional, entre outros, além das taxas e tarifas que são o diferencial, já que são menores e mais atrativas e o associado tem direito ao fim de cada ano participação nos lucros da sua unidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Origem do Cooperativismo

De acordo com Giacomolli (2009) originalmente o cooperativismo no Brasil teve origem em 1889, na cidade de Ouro Preto no estado de Minas Gerais, essa primeira cooperativa tinha como objetivo ajudar a classe operária com foco nos produtos agrícolas que era a principalmente atividade desempenhada na época das cidades brasileiras. O cooperativismo é baseado na democracia que tem como princípio os direitos iguais para todos os cooperados ou associados.

A dificuldade da população na época quanto a salários fez com que a classe operária se unisse em prol de uma solução para os problemas enfrentados na sociedade capitalista, organizando a partir daí os primeiros modelos de cooperativismo com práticas e intuítos mais humanos com valores que respeitavam a população. Após esse início onde surgiram as primeiras cooperativas, surgiram outras pelo país e esse modelo de gestão financeira perpetua até hoje.

Em 1969 aconteceu um marco importante no que diz respeito às cooperativas, foi criada a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), que é uma instituição que tem como objetivo representar e defender os direitos e deveres das cooperativas de crédito, norteando o sistema de crédito nacional com diretrizes e normas. Essa ação fez com que o cooperativismo crescesse ainda mais no país e nos dias atuais é referência no ramo financeiro, estando cada dia mais presente na vida das famílias brasileiras (OCB, 2017).

2.2 Características de uma cooperativa de crédito

Quanto à natureza da cooperativa, o primeiro ponto que se deve destacar segundo Pagnussat (2004) é a adesão livre e voluntária, sendo assim não há nenhum tipo de discriminação seja ela social, política, religiosa, ou de gênero. Todos os que queiram participar podem utilizar os serviços oferecidos pela cooperativa de crédito, desde que se alinhem a seus objetivos e responsabilidades. A participação econômica do associado na cooperativa é decisão do próprio associado, ele decide o valor da sua cota capital de acordo com as suas condições financeiras.

No sistema de cooperativa os benefícios são direcionados a cada participante de acordo com a sua conta de investimento e os rendimentos restantes, ou seja, os lucros excedentes gerado pela cooperativa a cada ano são divididos entre todos os membros associados, garantindo, é claro, a destinação de verbas para a gestão da cooperativa. A destinação de verbas a ser reinvestidas na cooperativa é decidida pelo conselho gestor e tem que ser aprovada por seus associados em assembleias amplamente divulgadas. Essa divulgação é importante para que todos os associados estejam presentes e cientes das decisões da unidade em que participa, respeitando o princípio democrática, natural às cooperativas.

Esse processo de gestão das cooperativas tem sido aprovado por todos como sendo mais democrático e transparente, isso garante maior credibilidade para o investidor, uma vez que os bancos comerciais não utilizam dessa prática de transparência, o que acaba por se tornar um diferencial vantajoso para o associado e para a cooperativa.

2.3 Princípios básicos que regem o cooperativismo

Como pode ser observado com a primeira cooperativa do mundo em Rochdale na Inglaterra, o cooperativismo é composto por 7 princípios, chamada de “regras de ouro”, assim, no seu ponto de vista, essas regras são importantes para o sucesso do cooperativismo, princípios importantes que devem reger o cooperativismo.

A primeira (e mais importante) é a regra da livre adesão, ou seja, deve-se concordar que não exista nenhum tipo de pressão para se associar, no caso das cooperativas de crédito abre a conta a pessoa que quiser e tiver vontade de livre e espontânea vontade; a segunda regra do princípio Rochdale seria o controle democrático, como já abordado anteriormente, cada associado tem direito a um voto nas assembleias; a terceira regra trata da devolução das sobras, que devem ser repartidas de acordo com a porcentagem que cada associado utiliza de produtos e serviços da cooperativa ao final de cada ano; a quarta regra aponta que os juros são reduzidos nesse tipo de organização financeira, nesse sentido, observa-se isso nos notamos no cotidiano, pois, as cooperativas de créditos possuem taxas mais atrativas e juros melhores do que os grandes bancos.

Outros aspectos são, por exemplo, a neutralização política, religiosa e racial, onde não há discriminação, todos são tratados de forma igual, não existindo nenhum tipo de julgamento. Assim, pode-se destacar como um ponto mais importante que o princípio

Rochdale destaca o fomento da educação em todos os graus, ou seja, a implantação do ensino financeiro aos associados, já que muitas vezes as pessoas chegam à vida adulta sem conhecer o que é uma conta corrente ou até mesmo sem saber usar e entender como funciona um cartão de crédito com seu limite e créditos rotativos.

Para o princípio Rochdale as cooperativas formam seus colaboradores para que possam educar e aplicar a boa prática cooperativista. Em contraposição a essa perspectiva, Davis e Donaldson (2000) identificam como principal ponto o pluralismo, o que é um aspecto diferente dos princípios de Rochdale, que enxerga a necessidade de se oferecer serviços amplos e com opções de diversidade, já no pluralismo considera-se que todos têm o direito de se beneficiar de produtos e serviços de forma igual, o que pode-se entender de forma positiva, uma vez que se trata de uma sociedade de pessoas que não tem o lucro como objetivo.

2.4 Importância de cooperativas de crédito e do cooperativismo no Brasil e no mundo.

Ao tratar de cooperativas de crédito no Brasil e no mundo, pode-se notar o quanto são importantes, pois, em muitas cidades brasileiras são as cooperativas de crédito que impulsionam a economia local, uma vez que nos pequenos centros comerciais a adesão às cooperativas são maiores devido a cultura do interior do país e das pequenas cidades, o que vem mudando muito com passar dos anos.

Nos dias atuais, os grandes centros comerciais contam com grandes e bem estruturadas cooperativas de crédito. Segundo o IBGE, mais de 10 milhões de pessoas hoje no Brasil são associadas a alguma cooperativa de crédito, o que se explica isso é a mudança da cultura e do modo de pensar do cidadão brasileiro.

Hoje as cooperativas são boas opções devido a taxas reduzidas, as distribuições das sobras e a facilidade ao acesso ao crédito, o que acaba por tornar essas organizações cada vez mais atrativas. Vale ressaltar que não são somente cooperativas de crédito que dominam o país, hoje há as cooperativas da área da saúde que possuem mais de 250 mil cooperados que atendem mais de 24 milhões de brasileiros.

As cooperativa no cenário mundial apresentam-se mais forte do que no Brasil devido a cultura um pouco diferente, já que as cooperativas são sempre lembradas em diversas situações quando se precisa de produtos e serviços, pois, todos tem a certeza e a

confiança que tudo que é usado na cooperativa volta como retorno e investimento para a comunidade local, o que fortalece a economia, bem diferente com o que acontece nos bancos privados que visam somente o lucro para seus acionistas (PORTAL O SEU DINHEIRO VALE MAIS, 2019).

2.5 História do Sicredi

A cooperativa Sicredi é uma organização cooperativa com mais de 100 anos de História, assim, a linha do tempo abaixo conta um pouco dessa trajetória.

1902 – Foi constituída a primeira cooperativa da América Latina na cidade de Nova Petrópolis-RS, vale ressaltar que essa primeira cooperativa é hoje a atual Sicredi Pioneira (RS);

1925 – Criada a primeira central de caixa;

1964 – Acontece mudança nas normativas que regem o funcionamento das cooperativas de crédito;

1992 – Adotado a padronização da marca Sicredi em todas as cooperativas participantes do sistema;

1992 – Autorização do tesouro nacional para o Sicredi realizar operações rurais;

2001 – Entra no mercado de cartões através da administradora dos bancos cooperativos;

2005 – Expansão do Sicredi em todo o território nacional com forte abrangência e rápido crescimento em todos os estados brasileiros.

Atualmente o Sicredi está presente em 23 estados brasileiros mais o Distrito Federal, sendo um total de 1,9 mil agências distribuídas nas cidades brasileiras.

Na cidade de Anápolis-GO, destaca-se que em 2018 foi inaugurada a primeira unidade do Sicredi, e a expansão foi contínua, em meados de 2020 já existe um total de 4 unidades, essas possuem grandes estruturas e estão localizadas em pontos estratégicos da cidade para melhor atender os associados.

Nota-se que a satisfação com o Sicredi é contínua não só em Anápolis, mas em todas as cidades brasileiras, isso é perceptível graças ao aumento do número de agências abertas a cada ano.

2.6 Diferença da cooperativa de crédito e o banco

Segundo Site Portal renda fixa (2020), pode-se destacar várias diferenças entre uma cooperativa de crédito e um banco, entre elas, principalmente, a de que que nos bancos a sociedade é de capital, já nas cooperativas de crédito a sociedade é de pessoas. Sendo assim, cada pessoa nas cooperativas de crédito tem direito a um voto nas assembleias para tomadas de decisões, já nos bancos os votos são de acordo com a quantidade de ações de cada acionista dos bancos.

Nas cooperativas de crédito ao abrir uma conta, o associado se torna dono da cooperativa de acordo com sua cota capital, já nos bancos as pessoas que abrem contas são simplesmente mais um cliente.

Os bancos tratam seus clientes de formas distintas, já as cooperativas de crédito tratam seus associados de formas igualitária, independente de raça, religião ou situação financeira. Desse modo, notamos que apesar de prestarem os mesmos serviços e contarem com os mesmos produtos financeiros, existe boa diferença da cooperativa para o banco.

2.7 Objetivos de uma cooperativa de crédito

Segundo Schardong (2003) os principais objetivos da cooperativa é estabelecer instrumentos que os associados e a sociedade, de modo geral, possam entender quais são os produtos e serviços ofertados pela cooperativa, ajudando os associados a terem uma cultura de poupador, ou seja, os colaboradores das cooperativas são treinados para que possam ajudar a implementar uma cultura onde cada associado tente poupar um pouco do que ganha em relação a seu salário para ter uma melhor gestão do dinheiro e uma mudança de postura da cultura do padrão brasileiro, onde se gastar tudo que se ganha.

Schardong (2003) destaca também que as cooperativas de créditos possuem taxas mais atrativas para os associados. Podemos destacar também que as cooperativas de crédito desenvolvem a ajuda mútua e o cooperativismo, para que cada pessoa pense diferente e abrace a causa, sendo um propagandista de sua cooperativa para familiares, amigos e para a sociedade de modo geral.

3 METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho é estabelecer as principais diferenças de uma cooperativa de crédito e um banco financeiro privado, com as possíveis vantagens das cooperativas em relação aos bancos como taxas, atendimento, acesso ao crédito e cuidado com a sociedade. O artigo foi concretizado a partir de uma pesquisa qualitativa, além disso, foi realizada mais especificamente com a pesquisa bibliográfica.

Segundo Denzin e Lincoln (2006) a pesquisa qualitativa é uma pesquisa que estuda cenários naturais, tentando entender como as pessoas interpretam cada assunto, pois cada indivíduo tem seu modo de pensar e de agir. Já para Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa qualitativa tem como princípio estabelecer um entendimento mais aprofundado do assunto para melhor análise do comportamento humano.

De modo específico, neste trabalho realizamos pesquisa bibliográfica que segundo Gil (1999), é uma técnica de pesquisa elaborada por meio da literatura já publicada de diferentes formas como livros, revistas e até eletrônica na internet para nos orientarmos o tema e termos embasamento para elaboração do artigo.

Para verificação das hipóteses levantadas durante a pesquisa bibliográfica, foi aplicado também um questionário estruturado com nove perguntas de múltiplas escolhas, para 20 pessoas na cidade de Anápolis-GO. Os participantes foram escolhidos aleatoriamente e participaram de modo voluntário, a intenção foi conhecer o pensamento das pessoas em relação ao sistema financeiro de cooperativas.

4 RESULTADOS ALCANÇADOS

A pesquisa foi realizada nos meses de setembro e outubro e contou com a participação de vinte pessoas na cidade de Anápolis. Os dados alcançados estão dispostos a seguir.

Inicialmente foi perguntado aos participantes se eles possuíam conta em uma cooperativa ou em um banco comercial. O Gráfico 1, a seguir apresenta os resultados.

Gráfico 1- Tipo de conta: Banco comercial ou Cooperativa

Possui conta em uma cooperativa ou um banco comercial ?



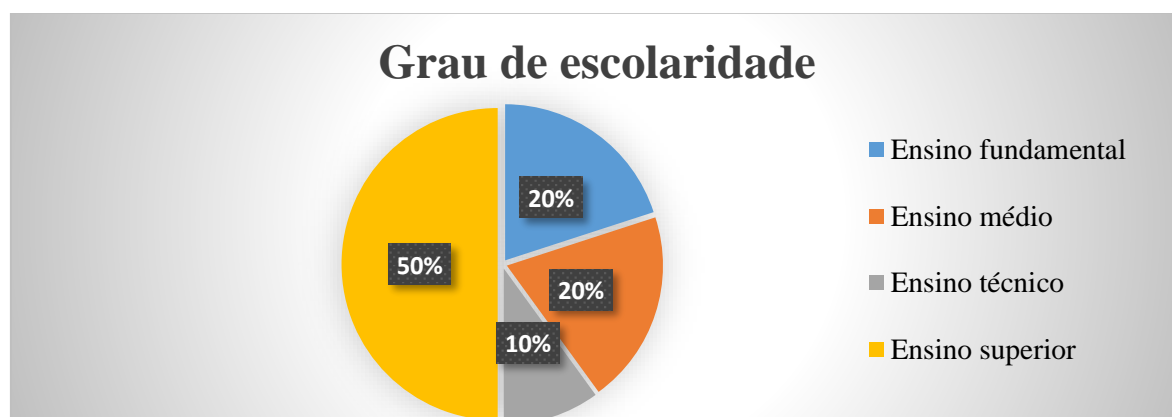
Fonte: dados da pesquisa

Podemos notar no Gráfico 1 que apenas 5% das pessoas entrevistadas não possuem conta em cooperativas ou bancos comerciais, o restante, cerca de 95% possuem conta em algum tipo de instituição. Nos dias atuais é muito difícil não ter conta corrente, pois o dinheiro em espécie está cada vez mais ultrapassado, o que faz com que muitas pessoas usem cartão de débito e crédito como meios de pagar contas.

Outro fator que explica a maioria das pessoas terem conta em instituição financeira é a praticidade e rapidez de aplicativos que permitem fazer tudo pelo celular, não sendo necessário mais pegar filas ou ir até um banco ou cooperativa para realizar pagamento ou fazer transferência. Todos esses serviços podem ser realizados via aplicativos, que, por sua vez, são mais modernos, fáceis de usar e bem seguros.

Questionamos também aos participantes qual o grau de formação escolar dos mesmos. As respostas alcançadas estão no Gráfico 2, a seguir.

Gráfico 2- Escolaridade dos participantes

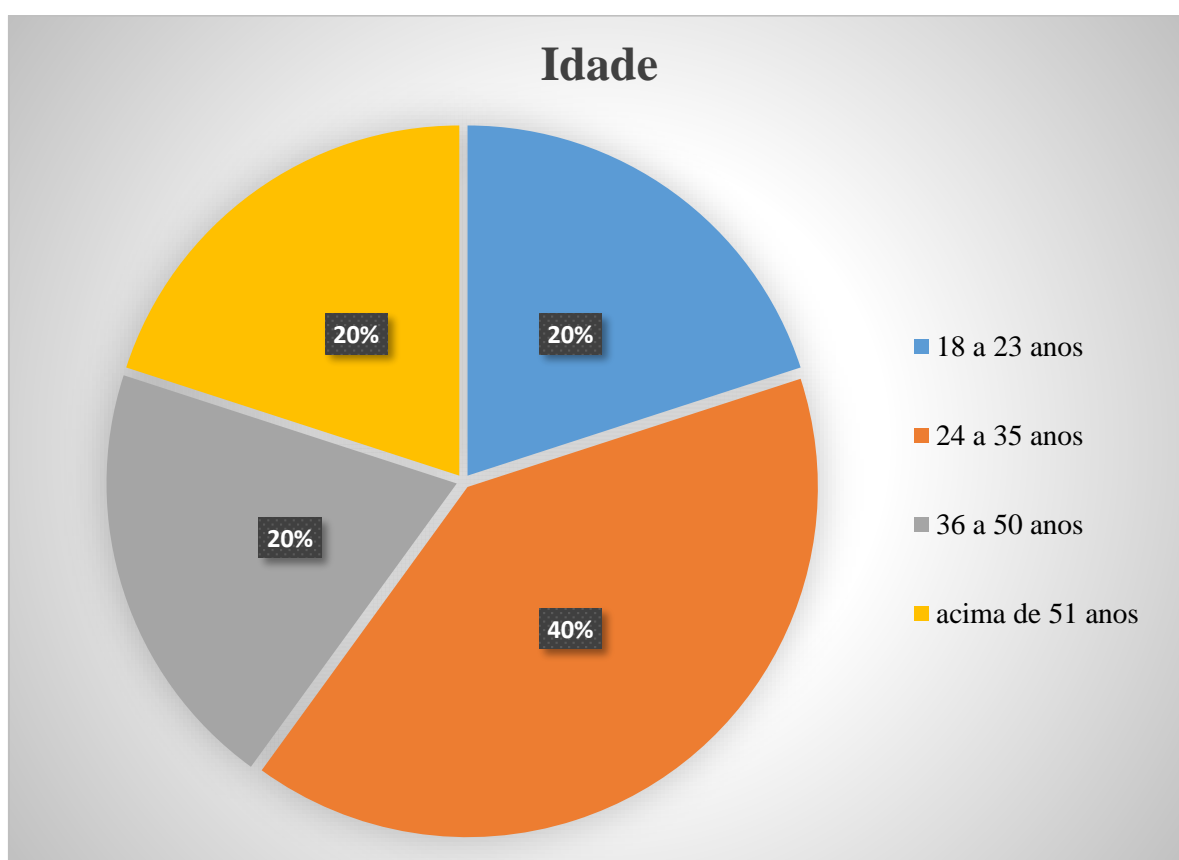


Fonte: dados da pesquisa

No Gráfico 2, pode-se notar que metade dos entrevistados tem nível superior de ensino, o que nos leva a entender um pouco sobre a quantidade de contas abertas em cooperativas de crédito na cidade de Anápolis e a expansão rápida do negócio, uma vez que o ensino proporciona maior conhecimento e entendimento da necessidade de atualização constantes, inclusive para lidar com as finanças pessoais.

Questionamos também sobre a idade dos participantes. Os resultados estão no Gráfico 3, a seguir

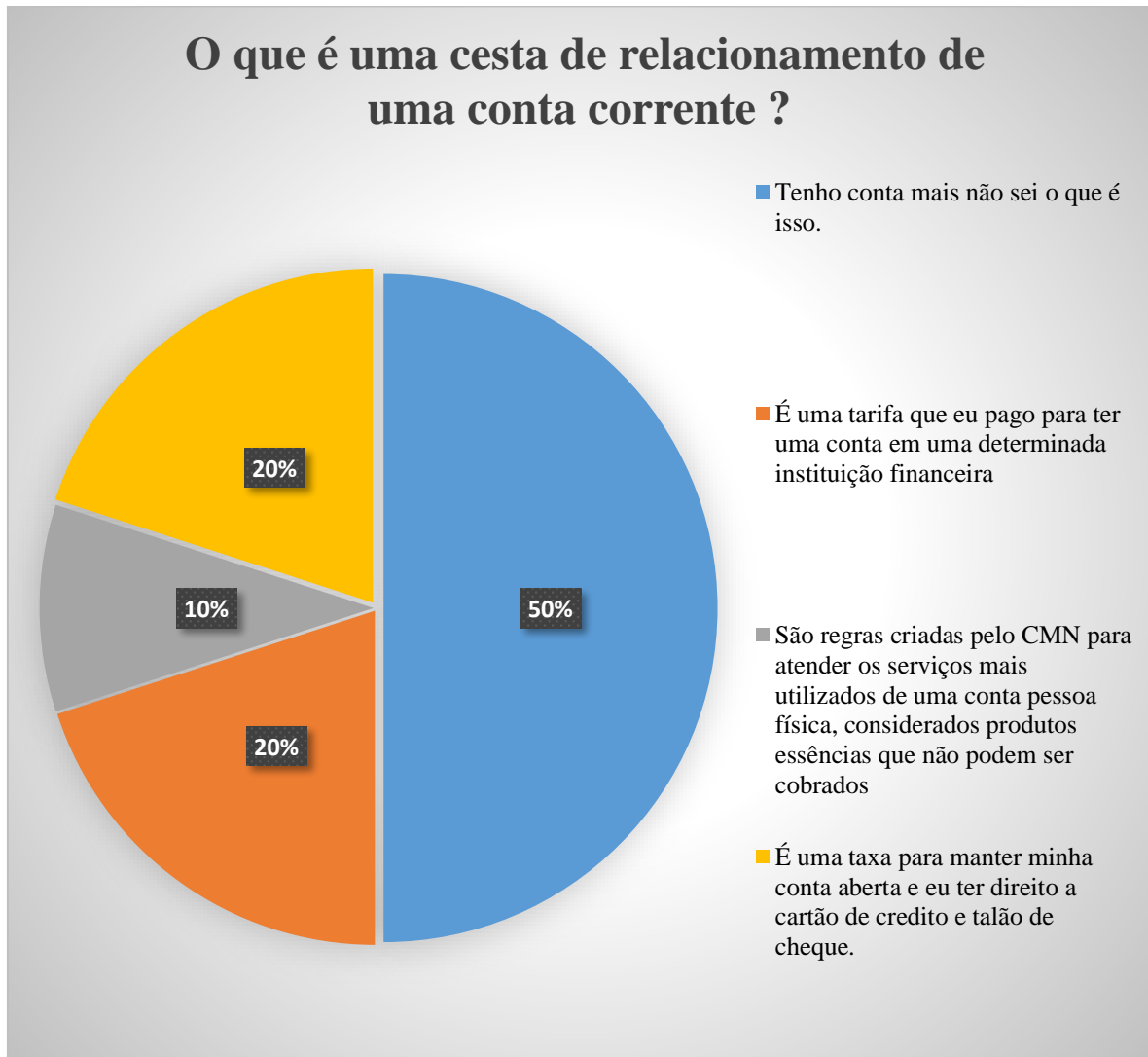
Gráfico 3- Idade dos participantes



Fonte: dados da pesquisa

O questionamento sobre a idade, mostrado no Gráfico 3, se fez necessário única e exclusivamente para se entender melhor o perfil dos entrevistados. Pode-se perceber que a maioria, cerca de 60%, possuem menos de 51 anos, 45% possuem até 50 anos de idade, além disso, nota-se que muitos dos entrevistados, por possuírem uma idade mais nova, há uma facilidade devido a facilidade do acesso ao ensino superior nos dias de hoje, o que no passado era mais difícil.

Gráfico 4- Questionamento sobre cesta de relacionamento



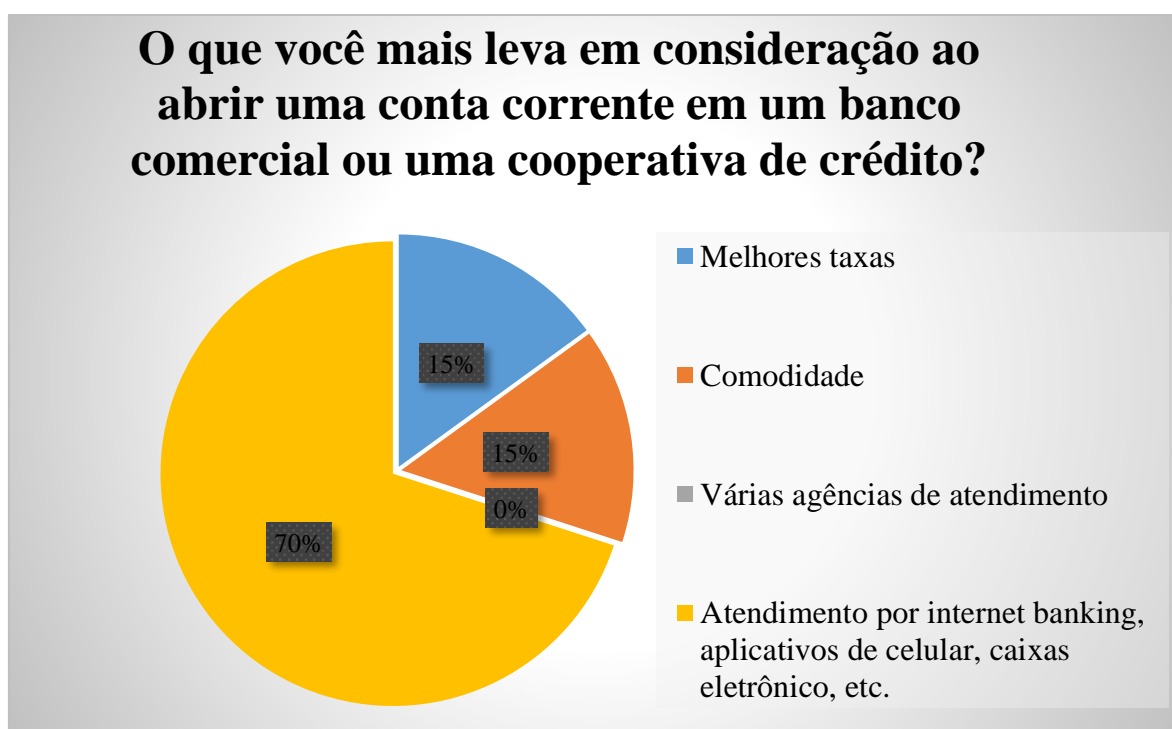
Fonte: dados da pesquisa

Aqui pode-se perceber que, apesar de existir um índice de entrevistados relativamente novos, muitos deles, uma vez que notamos que 50% dos entrevistados não souberam definir o que é uma cesta de serviço cobrado nas contas corrente de instituições financeiras, mesmo que tenham conta em banco. 20% entendem que é apenas uma tarifa a mais paga para manutenção da conta, o que acaba por denotar que, assim como os outros 50%, não possuem conhecimento de fato sobre a cesta de relacionamento.

Assim, pode-se observar que os entrevistados conhecem e entendem o que é o cooperativismo, todavia, ao serem questionados sobre a cesta de relacionamento de uma simples conta corrente tiveram dificuldade nas respostas.

Gráfico 5 – Os principais aspectos levados em consideração na abertura de uma conta

Por conta da grande variedade de serviços bancários oferecidos, junto da necessidade contemporânea de se ter uma conta bancária, o mercado luta por clientes que precisam definir parâmetros para a escolha da instituição financeira onde irão colocar seu dinheiro e utilizar as transações bancárias. Portanto, o gráfico a seguir apresenta os principais diferenciais na escolha dos entrevistados por uma instituição bancária.



Fonte: dados da pesquisa

Nos dias atuais é compreensível os resultados obtidos no Gráfico 5, pois, as pessoas não tem tempo para nada, já que, na correria do cotidiano ninguém pode perder tempo em filas de banco para realizar os serviços financeiros necessários, sendo assim, é cada vez mais comum as pessoas utilizarem os serviços de internet banking como substituição do serviço presencial.

Portanto, como pode-se perceber no gráfico a existência de agências na cidade não é um motivo relevante para os entrevistados, já que, ninguém optou por essa resposta. Nesse

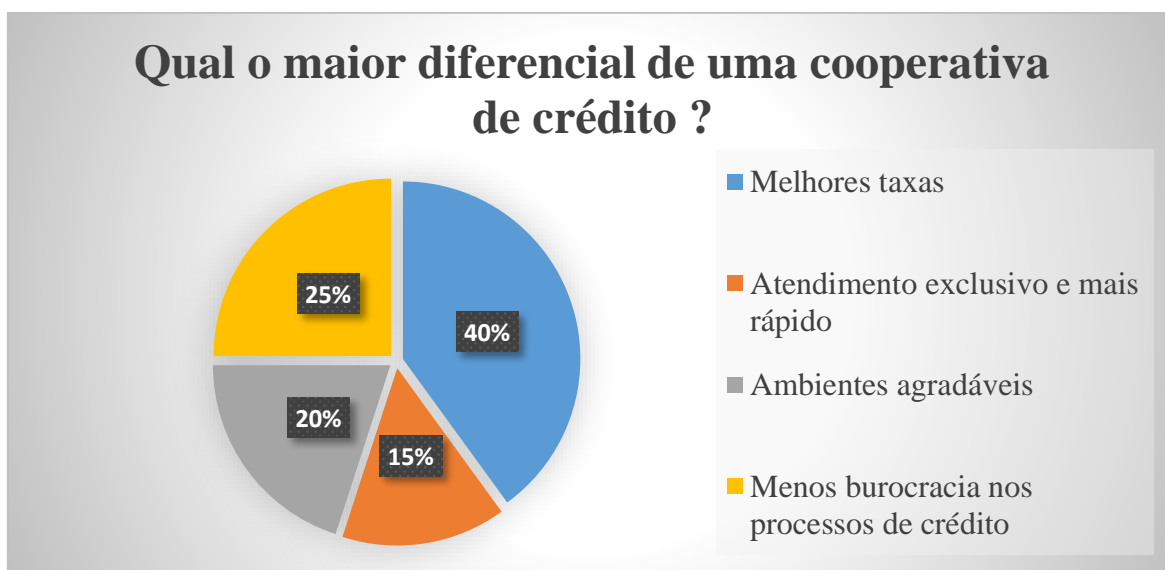
sentido, uma vez que associados e clientes de bancos e cooperativas optam por meios mais rápidos e cada vez mais seguros para realizar operações financeiras, 70% das pessoas entrevistadas veem nesse tipo de benefício o principal aspecto ao escolher uma instituição financeira para ter uma conta.

Como exemplo, pode-se elencar o TED (Transferência Eletrônica Disponível), que se trata de uma transferência bancária para outra instituição seja ela cooperativa ou banco, onde o usuário não precisa sacar o dinheiro e levar em espécie para uma instituição financeira para a outra, passando por risco nesse trajeto. Esse é um fator tão importante que, as taxas, que são um aspecto importante nas transições financeiras, ficaram apenas com 15% das respostas obtidas na pesquisa relativa ao gráfico 5.

Essa facilidade procurada pelos clientes das instituições financeiras, permite que, diferente de antigamente, onde ir ao banco era sinônimo de ter dinheiro em conta, e muitas pessoas ficavam de olho para aproveitar de momentos de vacilo para roubar, cada vez mais é utilizado os aplicativo de celular, que se tornaram verdadeiros computadores portáteis.

Com efeito, essas inovações demonstram ser para os consumidores entrevistados um principal fator, ou seja, a inovação tecnológica representam não só um conforto, mas, também, um diferencial na conquista de clientes, já que até mesmo depósito de cheque já é possível realizar através de um celular, e agora a mais recente novidade é o PIX que é uma grade novidade e evolução no sistema financeiro do país.

Gráfico 6 – O diferencial das cooperativas de crédito



Fonte: dados da pesquisa

Neste gráfico nota-se que o diferencial das cooperativas de crédito, de acordo com os entrevistados, são as taxas que são mais atrativas que bancos comerciais, assim, para 40% do público alvo melhores taxas são a principal vantagem de uma cooperativa de crédito, e por se tratar de uma cooperativas de crédito, no final de cada ano é distribuído as sobras onde cada associado vai receber de volta em conta o percentual dos produtos e serviços utilizados da cooperativa durante o ano.

Em justaposição, 25% dos entrevistados indicam que as cooperativas possuem menos burocracias, o que acabar por tornar as cooperativas de créditos mais atrativas ainda. Sendo assim, para quem conhece uma cooperativa de crédito, não troca uma cooperativa por um banco comercial mais, inclusive, como pode-se observar nos 20% que escolheram as cooperativas como ambiente agradáveis, um fator subjetivo, também corroborado por 15% dos entrevistados que afirmam escolher uma cooperativa, pois, o atendimento é mais rápido e exclusivo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo analisar as principais diferenças de uma cooperativa de crédito e uma instituição financeira, nesse sentido, para resolução do objetivo principal, foi realizada pesquisa bibliográfica e pesquisa qualitativa com a participação de vinte voluntários, conforme apresentado anteriormente.

Como pode ser visto nos resultados levantados a partir da pesquisa bibliográfica, é possível perceber que as cooperativas de crédito já possuem um histórico no Brasil o que acaba por dar credibilidade para esse tipo de instituição financeira, visto que, como são uma nova proposta frente aos grandes bancos, tais intuições precisam de atrativos para conquista de consumidores.

Os dados levantados na pesquisa qualitativa apontam que a inovação, principalmente o uso das inovações digitais como forma de solução para uma vida cada vez mais corrida, são o principal ponto para a escolha de uma instituição financeira. Com efeito, mais de 70% dos entrevistados optam por meios alternativos para realizar operações bancárias, como os aplicativos de celular, que na contemporaneidade permite que seja possível realizar todas as operações financeiras necessárias na palma da mão.

Foi possível perceber, também, que boa partes dos entrevistados sabem que as taxas de uma cooperativa de crédito são mais atrativas que um banco comercial e que a questão

das sobras é um diferencial muito relevante quando se trata de uma conta, pois, somente em cooperativas de crédito, como foi abordado durante a elaboração do trabalho, que se tem as sobras, onde cada associado pega seu percentual no final de cada ano, sendo creditado em conta.

Nesse sentido, ao se associar cada associado vira dono do negócio, diferente dos bancos comerciais onde tudo é diferente, já que além de altas taxas, não se tem essas sobras, pois, as sobras dos bancos são destinadas para os acionistas que são uma minoria que centralizam as grandes fortunas do país, caracterizando a natureza das instituições de cooperativa de crédito, que possuem uma gênese democrática.

Por fim, vale ressaltar que é necessária uma certa mudança de cultura da sociedade brasileira no que diz respeito à natureza de suas movimentações financeiras e operações de crédito, pois, como pôde-se perceber, as cooperativas de créditos apresentam-se mais vantajosas ao consumidor. Todavia, nota-se que isso está mudando e já é possível perceber a preocupação dos bancos comerciais com o crescimento acelerado das cooperativas, pois, como apresentando na análise de dados da pesquisa qualitativa, quem conhece uma cooperativa não volta ao banco comercial, pois entende que a cooperativa é mais vantajosa em diversos aspectos.

REFERÊNCIAL TEÓRICO

DENZIN, Norman; LINCOLN, Yonna. **A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa**. IN: _____ e col. O Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: ArtMed, 2006, p.15-41. Disponível em: <https://corpoemtransito.wordpress.com/2015/04/08/denzin-lincoln-2006> Acesso em 30 nov. 2020.

GIACOMOLLI1, Marcio. **O papel da CRESOL CREDISEARA no financiamento e apoio aos pequenos agricultores rurais em Seara (SC) e municípios vizinhos**. 2009, 19 f. Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2009.

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

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

O SEU DINHEIRO VALE MAIS. Disponível em:

<https://www.oseudinheirovalemals.com.br/> Acesso em: 30 nov. 2020

PAGNUSSAT, Alcenor. **Guia do Cooperativismo de Crédito – Organização, Governança e Políticas Corporativas**. Porto Alegre, 2004

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. Disponível em:

<https://www.cooperativismodecredito.coop.br/cenario-mundial/cenario-brasileiro/dados-consolidados-dos-sistemas-cooperativos/sistema-sicredi/> Acesso em: 30 nov. 2020.

PRIMEIRA COOPERATIVA DO MUNDO – ROCHDALE NA INGLATERRA.

Disponível em: <https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-pioneiros-de-rochdale/> Acesso em: 29 nov. 2020

REDE MOBILIZADORES. Disponível em https://www.mobilizadores.org.br/wp_ Acesso em: 29 nov. 2020.

RENDA FIXA. Disponível em: apprendafixa.com.br/investimentos/saiba-o-que-sao-e-como-funcionam-as-cooperativas-de-credito Acesso em: 30 nov. 2020

SCHARDONG, Ademar. *Cooperativa de crédito: instrumento de organização econômica da sociedade*. 2 ed. Porto Alegre: Rigel, 2003.

SICREDI PIONEIRA. Disponível em: <https://www.sicredipioneira.com.br/pioneira> Acesso em: 30 nov. 2020

SICREDI. **A Trajetória do Sicredi**. Disponível em:

<https://www.sicredi.com.br/html/conheca-o-sicredi/noticia/sicredi-atrajetoriadosicredi-historia/> Acesso em: 29 nov. 2020.

SOMOS COOPERATIVISMO. Disponível em: <https://www.ocb.org.br/> Acesso em: 30 nov. 2020.