

## ARTIGO

# AVALIAÇÃO SOB A PERSPECTIVA DE SEUS STAKEHOLDERS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA COOPERATIVA DE RECICLAGEM

### Resumo

O objetivo é analisar a percepção dos stakeholders com relação às atividades executadas pela COOREPA – Cooperativa Recicla Paranaíba, um empreendimento econômico solidário localizado no interior do Estado de Mato Grosso do Sul. Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, exploratório e descritivo. Como estratégia de pesquisa utilizou-se um estudo de caso. Foram realizadas observações e entrevistas não estruturadas com os cooperados, em que foram identificados os principais stakeholders da cooperativa em estudo, com isto, utilizou-se como instrumento de pesquisa um roteiro de entrevista para descrever o relacionamento e avaliação dos stakeholders em relação à COOREPA. Foram descobertos alguns problemas estruturais como: a ausência de coleta seletiva no município, a falta de maquinário e de uma sede própria. Faz-se necessário expor que a coleta seletiva é uma responsabilidade do poder público. Mesmo com tais dificuldades, o resultado do trabalho da cooperativa é positivo.

### Palavras-Chave:

Economia Solidária; Cooperativa de Reciclagem. Stakeholders; Avaliação da Percepção.

### Abstract

*The aim is to analyze the assessment of stakeholders in relation to activities undertaken by COOREPA - Cooperativa Recicla Paranaíba, a supportive economic enterprise located in the state of Mato Grosso do Sul. This is a qualitative research, exploratory and descriptive. Research strategy used a case study. Observations were made and unstructured interviews with the members, which identified the main stakeholders in the cooperative study, thus, was used as a research tool an interview script to describe the relationship and assessment of stakeholders regarding COOREPA. Some structural problems were discovered as the absence of selective collection in the city, the lack of machinery and its own headquarters. It is necessary to expose the selective collection is a responsibility of government. Even with these difficulties, the result of the work of the cooperative is positive.*

### Keywords:

*Solidarity Economic. Recycling Cooperative. Stakeholders. Assessment.*

\* Formanda pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

\*\* Acadêmica do Curso de Administração, pela UFMS/CPAR (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul).

\*\*\* Mestre em agronegócios (2006), doutorado em administração pela UNINOVE (universidade Nove de Julho).

\*\*\*\* Doutora em Psicologia (USP-RP). Professora da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.

## Introdução

Com o intuito de dar uma destinação correta ao número crescente de resíduos sólidos se fortalece o trabalho das cooperativas de reciclagem, fato este que é reforçado na Política Nacional de Resíduos Sólidos pela Lei Federal nº 12.305/2010 (BRASIL, 2010). Fica clara a importância desse agente econômico, bem como o apoio do poder público, das organizações e da comunidade, apresentados como corresponsáveis pela geração e destinação correta dos resíduos sólidos. Estes corresponsáveis são entendidos, neste trabalho, como *stakeholders*, uma vez que estes são pessoas, instituições, empresas dentre outros que influenciam direta ou indiretamente nas ações de uma determinada organização.

Os *stakeholders* são fundamentais para o constante funcionamento de uma cooperativa de reciclagem, pois são eles que ajudam em doações de materiais, divulgações institucionais e auxiliam em sua gestão. Diante deste contexto surge o seguinte problema de pesquisa: Como os *stakeholders* avaliam a atuação de uma cooperativa de reciclagem? As cooperativas de reciclagem têm como principal intuito gerar renda aos cooperados, por meio da coleta, da triagem, do processamento e da comercialização de materiais recicláveis.

Sendo assim, o objetivo geral do artigo é analisar a percepção dos *stakeholders* em relação às atividades desenvolvidas por uma cooperativa de reciclagem. Especificamente pretende-se: 1) Identificar os principais *stakeholders* na visão dos cooperados; 2) Analisar o relacionamento desses *stakeholders* com a cooperativa; e 3) Descrever a avaliação dos *stakeholders* em relação à atuação da cooperativa de reciclagem.

## Revisão

Neste tópico são discutidos teoricamente economia solidária, cooperativa de reciclagem, *stakeholders* e avaliação.

### *Cooperativa de Reciclagem como um Empreendimento Econômico Solidário*

A economia solidária passa a existir para indivíduos que se encontram marginalizados na sociedade (SINGER, 2006). O conceito de economia solidária reflete sobre as ações realizadas nos grupos locais com o intuito de se autogerir para diminuir problemáticas sociais (FRANÇA FILHO, 2002). Para a fundação desse tipo de organização é necessário criar um processo de aprendizagem coletiva; os sócios

fazem cursos relacionados ao cooperativismo e de preparação profissional (SINGER, 2006). Para Vieira e Ricci (2008) o objetivo primordial da economia solidária é organizar empreendimentos econômicos com o intuito de surgir alternativas de trabalho e renda, para os envolvidos. De acordo com Moura e Meira (2002) o empreendimento econômico solidário pode-se admitir um formato de cooperativa. As cooperativas podem ser organizadas como união de trabalhadores ou profissionais diferentes, que se unem por iniciativa própria (TACHIZAWA, 2010).

As cooperativas de reciclagem se inserem no contexto de economia solidária com o intuito de gerar renda, trabalho, inclusão social e sustentabilidade. Para seu funcionamento efetivo, necessita-se de pessoas geradoras de resíduos tais como: empresas, indústrias, donas de casa e domésticas para que se possa separar o material reciclável (ARAÚJO; SILVA, 2011). A implantação de uma cooperativa de reciclagem segundo Rosa, Tureta e Brito (2006) possui vantagens como: gerar renda; economizar recursos naturais; preservar o meio ambiente; diminuição de gastos públicos e resgate de autoestima do indivíduo, tornando-o agente do meio ambiente.

Araújo e Silva (2011) afirmam que as cooperativas de reciclagem atuam na coleta seletiva, na triagem, na classificação e no beneficiamento dos materiais; com isso, diminui os impactos gerados na exploração de recursos naturais por meio da coleta e separação do lixo orgânico do lixo seco (material reciclável). Lechat et al (2007) declara que, sendo necessária à lucratividade dentro de uma cooperativa para garantir a sustentabilidade no empreendimento, uma das originalidades é estar no mercado sem ter lucro a qualquer preço. Assim, tornando-o um movimento social para um novo marco legal. A formação de cooperativas de reciclagem em várias regiões do país tem sido objetos de estudos que apresentam a importância da ação para mitigar o impacto ambiental dos resíduos sólidos urbanos, por meio do trabalho de coleta seletiva de lixo (LEITE, 2009).

Uma cooperativa de reciclagem deve possuir um alicerce em bases concretas de solidariedade, cooperativismo, democracia, capacidade de se autogerir, pois em suas relações interpessoais haverá conflitos e tensões, no qual tudo deverá ser superado para o desempenho da produtividade e do bem comum (ARAÚJO; SILVA, 2011). As cooperativas de reciclagem são empreendimentos solidários populares que dependem de apoio constante para o seu crescimento: a conscientização da população, a educação ambiental nas escolas, as separações e doações de materiais recicláveis, a coleta seletiva, o auxílio na gestão administrativa, financeira e produtiva da cooperativa, são alguns dos inúmeros afazeres. Por este motivo, é de fundamental importância a presença de *stakeholders* nos empreendimentos solidários.

## *Stakeholders e Avaliação do Empreendimento*

Fernandes (2012) explica em seu artigo que a primeira vez em que o termo *stakeholder* foi utilizado em 1960 no “*Stanford Research Institute*”, 24 anos após com a pesquisa de Edward Freeman, teve popularidade tanto no meio acadêmico quanto no meio empresarial. O termo *stakeholder* foi criado para definir como sendo qualquer indivíduo que seja afetado, ou possa ser afetado, pelo desempenho de uma empresa. Inserem-se os *stakeholders* internos (como os colaboradores), os *stakeholders* da cadeia de valor (os fornecedores e os consumidores) e os *stakeholders* externos (comunidades, investidores, ONGs, órgãos públicos, regulamentadores, imprensa – e até as futuras gerações, que podem ser afetadas pelo desempenho da empresa) (SAVITZ, 2007).

Conforme o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) (2008), os *stakeholders* ou partes interessadas, são públicos importantes com interesses pertencentes à companhia, que assumem algum tipo de risco, em face da sociedade. São estes: acionistas, colaboradores, comunidade, consumidores, fornecedores, governos e organizações não governamentais. Completando, Araújo, Mendonça e Mariani (2010, p. 06): “Os *stakeholders* assumem um papel relevante junto à organização na avaliação dos projetos socioambientais desenvolvidos”. Goldschmidt (2009) declara que *stakeholders* são indivíduos de perfis divergentes, com necessidades divergentes.

Para completar tal colocação Azevedo e Pedrozo (2009) afirmam que os *stakeholders* possuem noção necessária para entender e avaliar as mudanças ou problemas ambientais no mundo; possui ciência para lidar com as tomadas de decisões. Silveira, Yoshinaga e Borba (2005) apresentam em seu artigo que os acionistas não fazem parte dos *stakeholders*, no qual de acordo com Campos (2003) tais acionistas são chamados de *shareholders*.

Savitz (2007) ainda declara que, outros *stakeholders* influenciam de forma diferente no mundo dos negócios. Os consumidores votam com o dinheiro, decidindo comprar em outro estabelecimento, quando se sentem ofendidos, ou promovendo a empresa pela propaganda boca a boca quando a considera defensora de seus valores. Os fatores que determinam a relevância dos *stakeholders* em três partes são: o poder, significando a força que pode impor sobre outros indivíduos; a urgência, significando quando o relacionamento entre as partes há uma natureza sensível ao tempo exigindo atenção imediata; e a legitimidade, que é a percepção aceita que as ações sejam desejáveis ou dentro de uma norma, crença ou leis da empresa (NORO et. al, 2010).

O ponto inicial é classificar os *stakeholders* em três tipos: os que estão dentro da empresa (internos), aqueles que negociam (cadeia de valor) e os que se estão fora da empresa (externos, principalmente os clientes). Conforme Rocha e Goldschmidt (2010) o que leva as organizações a envolverem seus *stakeholders* em suas ações são: (1) Identificar as demandas de públicos relevantes; por possuírem maior conhecimento em relação às ações da empresa; Antecipar e gerir conflitos; (2) Facilidade na obtenção de informações no ambiente interno e externo para melhor tomada de decisão; (3) Gerenciamento de consenso com relação a opiniões divergentes; (4) Melhoria na compreensão de ameaças e oportunidades, verificando opiniões de pessoas do ambiente externo da organização; (5) Criação de laços de confiança entre empresa e *stakeholders*.

Por meio de uma pesquisa empírica realizada pelos autores Azevedo e Pedrozo (2009) elencaram-se algumas dimensões fundamentais para cada ação desenvolvida pelo *stakeholder*: a) Convenções opinião e inspiração; b) Convenção industrial; c) Convenção cívica; d) Convenção doméstica; e) Convenção mercantil. Apesar do enfoque dos autores serem os *stakeholders* do agronegócio com relação aos efeitos climáticos, neste trabalho usam-se as dimensões de forma genérica.

A avaliação de projetos (*Assessment*) pode ser conceituada como um processo sistemático de delineamento, obtenção e fornecimento de informações úteis ao julgamento de alternativas de decisão sobre determinado objeto. O papel fundamental da avaliação é provocar mudanças, construir momentos reflexivos que permitam aos indivíduos a análise da realidade e dos fatos, para daí direcionarem suas ações, aprendendo pela experiência (MARINO, 1998). Segundo Bose, Fedato e Medonça (2003), sobre a avaliação de projetos socioambientais pelos *stakeholders*, afirmam que os processos organizacionais são enriquecidos quando há o envolvimento de diferentes atores e a preocupação em se criar um sistema diversificado de indicadores, combinando conceitos, meios de coleta e responsáveis diferentes. Os processos avaliativos precisam apresentar uma abordagem pluralista, que envolva aspectos qualitativos e quantitativos e considere os diferentes *stakeholders* envolvidos.

Para avaliar é necessário classificar os *stakeholders*, definir quais são os mais relevantes para a organização, e assim, os que estiverem no foco, podem influenciar as decisões empresariais em relação aos projetos socioambientais. Desta forma, os projetos desenvolvidos são mais assertivos e mais facilmente percebidos pelas partes interessadas. O empresariado, entretanto, segundo Peliano (2001), está principalmente preocupado em garantir a utilização de seus investimentos (e não a alocação correta). Acompanhamento dos projetos e avaliação do desempenho destes são essenciais

para a correção de erros que surgem na implementação; para o enfrentamento de problemas externos que interferirem no andamento do projeto; para o redimensionamento de metas; e para o conhecimento de impactos e resultados.

### *Método de Pesquisa*

Com o propósito de atender os objetivos do artigo foi realizada uma pesquisa empírica, a pesquisa se caracteriza como uma pesquisa exploratória e descritiva. De acordo com Acevedo e Nohara (2009) a pesquisa exploratória proporciona maior entendimento do que se está investigando, para permitir que o pesquisador descreva de forma sucinta o problema. Para Vergara (2005) a pesquisa descritiva não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. O trabalho realizado é de caráter qualitativo que, de acordo com Godoy (1995) deve proporcionar características como considerar o ambiente como meio direto aos dados, o principal instrumento é o pesquisador, ter foco nos fenômenos e na apresentação dos dados finais.

A estratégia de pesquisa é um estudo de caso. Como metodologia de pesquisa, o estudo de caso é utilizado para fornecer conhecimento de fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados (YIN, 2010). Escolheu-se realizar o estudo na COOREPA – Cooperativa Recicla Paranaíba, a relevância deste caso se dá uma vez que é a única cooperativa de reciclagem registrada na OCB/MS (Organização de Cooperativas do Brasil de Mato Grosso do Sul), o empreendimento em parceria com a UFMS/CPAR (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul / Câmpus de Paranaíba) recebeu, em 2011, o Prêmio Santander Universidade Solidária.

Os primeiros dados da pesquisa foram coletados por meio de observação e entrevista não estruturada com os cooperados, para saber quais são os *stakeholders* da COOREPA. De acordo com a opinião dos cooperados identificaram-se os sujeitos da pesquisa (Quadro 1):

## SUJEITOS DA PESQUISA

- 1) A secretária municipal do meio ambiente, que representa a Prefeitura Municipal de Paranaíba, no qual incentiva e apoia todas as ações da cooperativa;
- 2) O coordenador de projeto de extensão, docente na UFMS/CPAR, que se envolve com a COOREPA desde sua implantação;
- 3) Uma aluna da UFMS/CPAR participante do projeto de extensão, o coordenador e o acadêmico, participantes do projeto, foram responsáveis pela implantação e atualmente auxiliam nos processos administrativos e financeiros, desenvolvendo empoderamento dos cooperados;
- 4) O principal comprador de materiais recicláveis; e também importantes fornecedores de materiais recicláveis, mas o único entrevistado foi o comprador principal (a REPRAM – Reciclagem e Preservação Ambiental Ltda.) como o representante de compradores, pois além de comprar o material da cooperativa (ele compra a maior parte da produção), emprestam o maquinário para incentivar o crescimento da COOREPA;
- 5) Uma dona de casa;
- 6) Um empresário do comércio local;
- 7) Uma indústria, e
- 8) Um órgão público.

Quadro 1: Sujeitos da pesquisa

Fonte: Elaborado pelos autores

A dona de casa, o empresário local, uma indústria e um órgão público são representantes de suas classes na comunidade de Paranaíba, sensibilizada pela iniciativa da cooperativa em gerar renda aos cooperados e trazer melhorias para o meio ambiente. Ressalta-se que mais dois sujeitos foram identificados como *stakeholders* (o técnico da OCB/MS e o supervisor do Prêmio Santander), estes foram apontados na opinião dos cooperados, por serem especialistas em cooperativas para dar auxílio e conselhos na gestão da COOREPA para um desenvolvimento significativo, mas infelizmente não puderam contribuir para esta pesquisa.

O instrumento utilizado para a coleta de informações junto aos sujeitos listados foi um roteiro de entrevista, conforme Richardson (1999) esta é denominada também, como entrevista em profundidade a fim de obter do entrevistado o que ele considera importante em determinados assuntos. Com base na literatura definiram-se dez categorias, seis destas que tratam do relacionamento dos *stakeholders* com a COOREPA (Quadro 2):

## CATEGORIAS DE ANÁLISE

- 1) Relacionamento inicial com a cooperativa, com o intuito de saber quando e como foi o primeiro contato e, como é o relacionamento nos dias atuais;
- 2) Identificação das necessidades da COOREPA, saber se os *stakeholders* possuem conhecimento do que a cooperativa necessita e se auxiliam para suprir essa necessidade;
- 3) Influências, essa categoria tem como propósito indagar se a COOREPA influencia seus *stakeholders* ou se é influenciada por eles;
- 4) Benefícios ao se envolver com a cooperativa, busca encontrar quais são os benefícios em ajudar à cooperativa e se essa ajuda pode fazer com que permaneça ativa;
- 5) Possíveis parcerias, na opinião dos entrevistados, se para a cooperativa permanecer ativa necessita de parcerias, quem são e de que seriam;
- 6) Suporte da COOREPA, esta categoria tem a finalidade de descobrir se os *stakeholders* possuem o conhecimento de quem dá suporte à cooperativa; e as demais que tratam da avaliação na perspectiva dos *stakeholders*;
- 7) Avaliação de implantação da cooperativa, tem como finalidade saber o julgamento dos *stakeholders* sobre a implantação da cooperativa em estudo;
- 8) Impactos positivos e negativos, descobrir quais são os impactos positivos e negativos que a COOREPA causa através de suas ações socioambientais;
- 9) Avaliação de pontos fortes e fracos, há o intuito de expor de acordo com os entrevistados quais são os pontos fortes e fracos da cooperativa; e
- 10) Avaliação das atividades da COOREPA, a intenção conhecer na visão dos *stakeholders* como é avaliada as ações da cooperativa no município.

Quadro 2: Categorias de análise

Fonte: Elaborado pelos autores

Os dados coletados na entrevista foram analisados de acordo com o conteúdo. Roesch (2009) afirma que análise de conteúdo permite que o pesquisador capture as perspectivas dos respondentes. Minayo et al (1994) completa que, refere-se a constatações de hipóteses, descobrir o que está por trás dos conteúdos do estudo, indo além das aparências. Para Severino (2007) a análise de conteúdo é uma metodologia no qual se trata os discursos de diferentes linguagens: corporal, gestual, oral com imagens; trata-se de compreender o sentido manifesto ou oculto da comunicação.

## *Apresentação e Análise dos Resultados*

Nesse tópico são apresentadas as percepções dos *stakeholders* em relação à COOREPA. Antes de iniciar as análises é importante contextualizar as características da cooperativa em estudo. A COOREPA foi inaugurada em junho de 2010, com o apoio do Banco do Brasil, Prefeitura Municipal, SEBRAE em conjunto com a UFMS/CPAR, para beneficiar a comunidade gerando trabalho e renda e melhorando a gestão dos resíduos sólidos no município.

O SEBRAE, o Banco do Brasil e a UFMS/CPAR foram fundamentais para seu ingresso no mercado; pois durante as reuniões que prolongaram aproximadamente 10 meses anteriores a inauguração foram ministrados cursos profissionalizantes sobre como funciona e se desenvolve uma cooperativa, como trabalhar com materiais recicláveis. Além disso, a UFMS/CPAR auxilia a cooperativa em questões administrativas, financeiras e produtivas, cadastra projetos que concorrem a prêmios e reconhecimento.

### *4.1. Stakeholders da COOREPA*

A primeira categoria a ser estudada, Relacionamento Inicial, apresenta as percepções sobre como ocorreu o primeiro contato inicial entre a cooperativa e seus stakeholders e como é atualmente o relacionamento entre as partes. A Secretaria Municipal de Meio Ambiente, o Banco do Brasil e a Universidade se uniram para viabilizar a formalização e a inauguração de uma cooperativa de reciclagem, mas a idealização do empreendimento partiu do Banco do Brasil, por meio do Programa DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável no qual dá o apoio necessário para a implementação de projetos sociais com foco na geração de renda e sustentabilidade. Os demais stakeholders, passaram a se relacionar com a COOREPA a partir do momento que tomaram conhecimento de suas atividades ou por visitas in loco, por meio de telefone e principalmente pela divulgação na rádio local (principal veículo de comunicação do município). Destacam-se duas respostas que expressão estas relações:

Houve um convite da Prefeitura municipal e do Banco do Brasil para que a UFMS/CPAR participasse do projeto de implantação de uma cooperativa de reciclagem [...]. A universidade assumiu o compromisso de se reunir mensalmente com os interessados em se cooperarem, desde então a universidade mantém contato direto com a COOREPA (Coordenador).

Ficamos sabendo da existência da cooperativa pela rádio. Eu pedi para alguém ligar, pois teve uma época em que havia muitos papelões [...], um representante da COOREPA veio e combinou que passaria a coletar os materiais de duas a três vezes na semana (Responsável pela limpeza do Órgão Público).

Foi questionado aos stakeholders se estes possuem o conhecimento de quais são as demandas da COOREPA, quais são suas necessidades e se o seu relacionamento com a COOREPA supre algumas delas (Categoria 2: Necessidades da COOREPA). As necessidades fundamentais da cooperativa, na visão dos stakeholders são a obtenção de equipamentos para a produção, mais caminhões para a coleta dos materiais e o terreno próprio. Com relação aos processos de gestão, a universidade visualiza a necessidade de que os cooperados precisam ampliar as relações de solidariedade e cooperação, começando a se tratar como iguais, mas respeitando uma hierarquia na qual eles mesmos elegeram como seus representantes legais, pois se percebe que a diretoria não exerce liderança entre os outros cooperados. Alguns stakeholders, dentre eles o Responsável pela Limpeza do Órgão Público, REPRAM, Indústria e Don de Casa, afirmaram não saber ao certo quais são as necessidades e demandas da COOREPA. Portanto, pode-se concluir que somente os stakeholders diretamente ligados à cooperativa, conhecem suas reais necessidades e demandas. Eis as principais afirmações que expressam estes conteúdos:

Bom, não sabemos especificamente quais são as demandas da cooperativa, mas ouvimos muito na rádio sobre a necessidade de se ter uma esteira, um caminhão, seu terreno próprio, mas ajudamos somente na doação de materiais (Responsável pela limpeza do Órgão Público).

Nossa, inúmeras. Principalmente quanto à gestão de pessoas. Enquanto as pessoas que ali trabalham não começarem a se respeitarem como iguais, mas em um nível de hierarquia, respeitando o trabalho do outro, pensando em fazer o seu, as coisas dificilmente mudarão. Outro problema é com relação a coleta seletiva, sendo esta obrigação do município, devendo a cooperativa cobrar do próximo prefeito que seja estipulada uma cláusula no novo processo de licitação quanto a isso.[...] (Aluna).

Godoy (2005) afirma que para uma cooperativa permanecer ativa, necessita de uma estrutura física de no mínimo 400 m<sup>2</sup>, para agregar valor no material produzido e para uma melhor condição de trabalho aos cooperados. Faz-se necessário também obter esteiras, prensas, balanças e mesas de separação. De acordo com um relatório do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome (BRASIL, 2006) apenas 7% das cooperativas no vinculadas ao Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis apresentam as condições adequadas de infraestrutura, com

equipamentos e galpão próprios. É importante destacar, como aponta Pimenteira (2000, p. 13) com relação aos meios de locomoção para a coleta seletiva, “no Brasil, a responsabilidade de coletar lixo é da Prefeitura, e a de dispor lixo é do Estado”. Um caso que não ocorre no município de Paranaíba-MS.

A terceira categoria de análise Influências foram levantadas quais as atividades em que a COOREPA influencia nos stakeholders e quais aquelas são influenciadas por eles. Nesta categoria, a cooperativa sofre influencia dos stakeholders por meio da doação de materiais recicláveis, e principalmente pelo auxílio que a universidade oferece à COOREPA nas atividades relacionadas à gestão do empreendimento. A COOREPA influencia financeiramente alguns stakeholders (pela compra e venda de materiais recicláveis), e, em grande parte, no sentido de promover a qualidade de vida da comunidade, além de auxiliar na preservação do meio ambiente e melhorar a renda de seus cooperados e familiares. Neste sentido destacam-se três respostas:

A universidade influencia principalmente nas atividades de gestão (administração, pessoas e produção), em contrapartida é influenciada pelas atividades da cooperativa no sentido de conscientizar alunos e professores, ser um espaço de aprendizado e contribuir para que a universidade cumpra o seu papel social (Coordenador).

Não exercemos nenhuma influência sobre qualquer atividade da COOREPA. Somos influenciados na medida em que compramos junto à mesma, alguns itens de recicláveis que industrializamos em nossa planta (REPRAM).

A influência que temos sobre a cooperativa é a contribuição com a manutenção da mesma que precisa desse material e somos influenciados a reafirmarmos a visão da empresa quanto ao cuidado com o meio ambiente e a preocupação em destinar corretamente o nosso descarte de forma a minimizar o impacto no meio ambiente (Indústria).

Para maior entendimento, a REPRAM acredita não influenciar a cooperativa, mas influencia muito, torna-se importante à existência deste comprador, uma vez que esta indústria é a maior do estado de Mato Grosso do Sul e por ser dentro do estado não existe a cobrança do ICMS – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços e as transações são mais vantajosas para a cooperativa. Por estes motivos, sem este grande comprador no estado, a cooperativa não teria para quem vender a maior parte do material que produz, por um preço mais atrativo e, também não teria como produzi-lo, pois o comprador empresta equipamentos a COOREPA.

Outra contradição presente na resposta deste importante comprador, que não percebe a influencia que exerce nas atividades da cooperativa recai sobre o fato de que, praticamente todos os processos desde a coleta até a triagem estão submetidos

ao tipo de material que a empresa compra e também aos preços que ela paga. De acordo com Magera (2005), a grande maioria das cooperativas não consegue colocar seus produtos a preços competitivos no mercado devido ao fato das grandes indústrias que compram materiais recicláveis serem poucas e exigirem grandes volumes para negociarem. Assim acontece a dinâmica da exploração, na qual as cooperativas ficam submetidas ao domínio dos sucateiros e das indústrias controladoras do setor da reciclagem.

Para complementar as repostas dos *stakeholders*, conforme Ribeiro et al (2010), as cooperativas de reciclagem trazem vantagens como lucros financeiros e geração de renda, ocasiona inclusão social aos cooperados, traz também ganhos para as gerações futuras para que possam usufruir da natureza com a preservação do meio ambiente.

Perguntou-se aos stakeholders se ao ajudar a COOREPA são beneficiados de alguma forma e se acreditam que suas ações podem manter a cooperativa ativa (Categoria 4: Benefícios ao se envolver com a cooperativa). Os benefícios segundo eles são pertinentes ao aspecto socioambiental, ou seja, ao social, ao econômico e ao ambiental; o primeiro está relacionado à doação de materiais, a população possui o princípio de ajudar os cooperados a obterem um trabalho digno; o aspecto econômico está interligado com as vendas dos materiais recicláveis, obtendo uma relação comercial, para sua geração de renda; e por fim, o último aspecto trata-se da preservação ambiental para o usufruto das gerações futuras. Apresentam-se as repostas em destaque:

Sim, criamos a COOREPA e somos beneficiados por ela, na coleta de materiais recicláveis; para não poluir e nem degradar o meio em que vivemos. Quando separamos, estamos beneficiando a cooperativa e o meio ambiente. E essa ação ajuda a cooperativa a viver e sobreviver ativamente (Secretaria Municipal de Meio Ambiente).

[...] fazemos para ajudar, acredito que minha ação pode ajudar a COOREPA a permanecer ativa, pois se cada um fizer a sua parte, doando os materiais, a cooperativa vai ter sua geração de renda além de ajudar o meio ambiente (Dona de Casa).

Ribeiro et al (2010) apresenta que na Constituição de 1988, consagrou-se no art. 225 (assuntos relacionados ao meio ambiente) que todos possuem o direito de viver em um ambiente ecologicamente em equilíbrio (trata-se de um bem comum do povo), com prioridade em qualidade de vida; impondo ao Poder Público preservar o meio ambiente para as futuras gerações. Chenna (2001, p. 80) completa: “Não estamos fazendo um favor para os catadores e eles não estão fazendo nenhum favor para a cidade: é uma relação de cidadania, de convivência social de necessidade de busca de soluções alternativas”.

Na quinta categoria, *Possíveis Parcerias* questiona-se aos *stakeholders* sobre suas percepções a respeito da permanência das atividades da COOREPA e se para tal ela necessita de mais incentivos e parcerias, se sim, quais são essas possíveis parcerias e de que natureza seriam tais incentivos. Todas as respostas apontam a necessidade que a cooperativa possui para conquistar seus objetivos e ideais, por depender de doações e auxílios financeiros de *stakeholders* diretos e indiretos, para sua sobrevivência. Segue adiante três importantes respostas:

A cooperativa precisa de incentivos e parcerias para continuar ativa, é sabido que empreendimentos econômicos solidários dependem de suportes externos. Penso que os atuais parceiros devem fortalecer seu papel junto à cooperativa, em especial a Prefeitura Municipal (Coordenador).

Sim, acredito que as mídias (rádio e jornal) deveriam divulgar mais esse trabalho tão importante para a comunidade, à prefeitura deveria disponibilizar recursos para melhorar a coleta, até mesmo aumentar o número de caminhões e as empresas poderiam ser parceiras contribuindo com o seu material reciclável (Indústria).

Sim. A COOREPA precisa de todos os incentivos e parcerias, do apoio da Prefeitura, Secretarias do município, da Justiça, do Banco do Brasil, do Banco Santander, da UFMS e da sociedade em geral. Toda ajuda é sempre bem vinda, até que caminhem com sua própria independência, ou seja, que venha a ter sua estrutura social e econômica. Mas, precisam sempre das doações de recicláveis da população (Secretaria Municipal de Meio Ambiente).

Godoy (2005, p. 45) conclui que: “A viabilidade das cooperativas de catadores de materiais recicláveis depende também de parcerias. O investimento necessário para que uma cooperativa entre em funcionamento requer um capital não disponível por seus associados”. É importante ressaltar que as parcerias entre a COOREPA e seus *stakeholders* são fundamentais para a sustentabilidade do empreendimento. No entanto, os parceiros envolvidos devem priorizar a autogestão do empreendimento em contraposição às ajudas paternalistas e assistencialistas.

Segundo Magera (2005) sem a adoção de uma estratégia nacional que abranja aspectos econômicos, políticos e sociais, as cooperativas, bem como seus associados, continuarão a depender de entidades sociais, religiosas, governamentais e não governamentais, reproduzindo a matriz paternalista geradora de empregos sem qualificação e não alterando as condições de exclusão dos catadores e, muito menos, resolvendo os problemas do lixo no país.

Na sexta categoria *Suporte da COOREPA*, o intuito era de saber se os *stakeholders* possuíam o conhecimento de quem são as pessoas, organizações, instituições e/

ou órgãos que apoiam à COOREPA. O resultado dessa categoria foi que, alguns respondentes não possuíam conhecimento dessas informações, por não estarem dentro de algumas ações específicas da cooperativa, por este motivo, os *stakeholders* que possuem esse conhecimento, convivem diretamente com a COOREPA. Eis as principais afirmações:

Que eu saiba é a UFMS, a Prefeitura Municipal, o Banco do Brasil e o Santander pelos prêmios (Dona de Casa).

A Universidade (UFMS/CPAR), OCB-MS, Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Banco do Brasil, Unisol, Rotary, REPRAM, empresas e indústrias locais e donas de casa (comunidade) (Coordenador).

Não saberia informar (Indústria).

Considerando a classificação de Azevedo e Pedrozo (2009) cada *stakeholder* está interligado com alguma das dimensões utilizadas como base. Dentro das dimensões citadas (Convenções opinião e inspiração; Convenção industrial; Convenção cívica; Convenção doméstica; e Convenção mercantil) existem subtópicos, nos quais algumas das dimensões serão estudadas com profundidade são elas:

A *Convenção cívica*: i) posicionam-se conectadas a valores de sensibilização socioculturais como preocupações ambientais; ii) estruturam uma relação econômica fundamentada na sustentabilidade com a utilização de certificações ambientais; iii) estabelecem conceitos universais por meio de princípios de desenvolvimento sustentável.

A *Convenção doméstica*: i) exibe relação de confiança e fidelidade entre os stakeholders; ii) precisão de se ajudarem sobrevêm os aspectos econômico por inúmeras causas, como a sobrevivência do sistema natural.

E por fim, a *Convenção mercantil*: i) Possui causa econômica em alguns *stakeholders* participativos, na razão de busca da matéria-prima de organizações, nos quais são os recursos naturais, alicerce de seus produtos e sobrevivência.

A secretária municipal de meio ambiente, o docente coordenador do projeto de extensão e o acadêmico participante do projeto; fazem parte da convenção doméstica em que há uma relação de confiabilidade e fidelidade; no qual a secretaria e a universidade dão suporte na conscientização e força nas necessidades da COOREPA. O principal comprador de materiais é um *stakeholder* da dimensão denominada convenção mercantil, pois mantém somente relações comerciais, influencia na sobrevivência da cooperativa.

A dona de casa, o órgão público, o empresário local e a indústria são pertencentes à dimensão cívica, porque eles se mobilizam ao doar os recicláveis a COOREPA, principalmente para melhorar a renda e qualidade de vida dos cooperados e familiares além de preservar o meio ambiente. Finalizar este parágrafo com alguma frase enfocando os papéis de cada um e a necessidade de uma maior interligação dos *stakeholders*.

### *Avaliação dos Stakeholders*

Foi indagado aos stakeholders como estes avaliam a implantação da cooperativa no município de Paranaíba-MS (Categoria 7: Avaliação de Implantação da cooperativa). Conforme todas as respostas, a implantação da COOREPA foi de extrema importância, pois se revela um grande passo para a mudança, com o propósito de implantar no município o aterro sanitário. Levanta-se a principal resposta:

Importantíssima à implantação da COOREPA, os resíduos sólidos é um problema a ser solucionado em qualquer município, Paranaíba-MS tem um agravante que é o lixo a céu aberto, o que reforça o papel da cooperativa (Coordenador).

Interrogou-se sobre os aspectos positivos e negativos que a cooperativa influencia em relação à questão socioambiental (*Categoria 8: Impactos positivos e negativos*). Nesta categoria fica evidente que os impactos causados pela COOREPA de forma negativa, de acordo com os *stakeholders* são inexistentes, mas em contrapartida, os impactos positivos são inúmeros como, por exemplo, a valorização dos recicláveis, a inclusão social, e a preservação ambiental. Eis as principais afirmações:

Sem dúvida, dar dignidade e formalizar a situação de pessoas com baixo nível socioeconômico, promovendo a junção de forças das mesmas, ainda mais numa atividade que colabora e muito com a sustentabilidade; não enxergamos pontos negativos numa situação dessas (REPRAM).

Em termos positivos vemos o lixo ter um destino adequado e o começo de um novo hábito na comunidade em fazer a separação do lixo em suas casas, escolas e instituições em geral, mudando assim a visão e a atitude sobre o lixo (Indústria).

Demajorovic, Besen e Rathsam (2006, p. 01) relatam que “a valorização dos produtos recicláveis pode ser interpretada como um fato positivo, na medida de em que comprova a ampliação e a potencialidade do mercado de recicláveis no país”. Para complementar, Araújo e Silva (2011) afirmam que uma cooperativa de reciclagem

promove inserção social aos cooperados, oferecendo oportunidade de emprego e renda digna, reutilizando material além de retirar do meio ambiente este que delonga sua decomposição e causa poluição.

Na análise da nona categoria *Avaliação de pontos fortes e pontos fracos* foi investigado a respeito de como os *stakeholders* apontam os pontos fortes e os pontos fracos da cooperativa. Como resultado, houve semelhanças e disparidades nas respostas, mas estão interligadas a problemas estruturais. Em seus pontos fortes tratam-se da própria instalação da COOREPA no município, as grandes parcerias, a educação ambiental em conjunto com as crianças realizada nas escolas, nos pontos fracos, destacaram-se a falta da sede própria, ausência de maquinários e caminhões para a coleta, falta de divulgação, traz como consequência a desmotivação (por conta da baixa renda), e a grande dificuldade da universidade em implantar a autogestão dos cooperados. Por este motivo apresentam-se três respostas que expressam estes conteúdos:

Em pontos fortes: a COOREPA já está implementada e possui parceiros. Os pontos fracos, acredito que seja a desmotivação e baixa renda (Aluna).

O ponto forte é a conscientização nas escolas, junto aos alunos [...]Os pontos fracos são a demora em coletar o material e a falta de divulgação, pois as pessoas deixam de separar por não saberem o quê e como separar para a doação (Responsável pela Limpeza do Órgão Público).

Como pontos fortes são: parcerias importantes, regularidade junto aos órgãos superiores (burocracia), o comprometimento dos cooperados com a COOREPA e esta por ser a única cooperativa de produção do estado que está quite com a OCB. Com relação aos pontos fracos: a dependência de alguns parceiros, o não alcance da autogestão em termos gerais e a falta de empoderamento da diretoria (Coordenador).

Para entender melhor, Ribeiro et al (2010) confirma a resposta de um dos *stakeholders*, que a educação ambiental promovida para a conscientização da população é um dos aspectos fundamentais para que todos saiam ganhando, pois preservam o meio ambiente por meio das ações conscientes da sociedade, em prol das gerações futuras. Na última categoria *Avaliação das atividades da COOREPA*, indagou-se aos *stakeholders* como é avaliado o trabalho executado pela cooperativa, e solicita também para que considerem quais são as atividades realizadas de acordo com seus conhecimentos. Foi feito isto nas demais categorias. Destacam-se as seguintes afirmações:

O trabalho da cooperativa é fundamental para o município, pois se houvesse a coleta seletiva no município, grande parte do material seria reutilizado e deixado de ser levado para o lixão, evitando um problema ambiental; além de ajudar as pessoas a terem uma renda, mesmo que baixa, mas pelo menos trabalham em um lugar mais digno. Que é o lado social (Aluna).

Devido à distância, temos dificuldade de avaliar o trabalho da cooperativa, não temos informações para isso (REPRAM).

Consideramos um trabalho muito importante uma vez que, tanto nas empresas quanto na sociedade, a preocupação com o meio ambiente, e com as formas de diminuir o impacto ambiental é constante, e se faz necessário um melhor aproveitamento dos materiais descartados e que podem ser reaproveitados diminuindo a quantidade de lixo dispensado (Indústria).

Na visão da REPRAM, não há como avaliar as ações da cooperativa por conta da distância, mas sua avaliação pode ser de aspectos como a quantidade e a qualidade do material na qual a COOREPA produz.

De forma geral, a avaliação dos *stakeholders* sobre a implantação da COOREPA e de suas atividades, foram positivas apesar dos percalços encontrados. O fato de somente ter se implantado uma cooperativa no município, na visão dos entrevistados foi um grande passo para uma mudança significativa na comunidade. No entanto é importante destacar, que apesar dos inúmeros benefícios advindos da organização formal dos catadores estes vivenciam grandes contradições no seu dia-dia.

Como afirma Magera (2005), a grande maioria destas cooperativas vivencia um paradoxo da ecomodernidade, uma vez que a realidade destes empreendimentos econômicos solidários, revestidos pelo manto da legalidade, é marcada por diferentes nuances de exploração e de precarização das condições e relações de trabalho. Assim, faz-se necessário e urgente que as políticas públicas de fomento a economia solidária, direcionadas ao fortalecimento das cooperativas de catadores de materiais recicláveis, analisem as inúmeras contradições vivenciadas no dia-dia das cooperativas e adotem medidas integradas que priorizem a melhoria da infraestrutura da produção, a qualificação profissional e a superação das barreiras mercadológicas.

### *Considerações Finais*

O presente estudo teve como objetivo principal a analisar a percepção dos *stakeholders* com relação às atividades da COOREPA, por este motivo foi elaborado um referencial teórico com abordagem em economia solidária, cooperativa de reciclagem e *stakeholders*. A COOREPA é uma cooperativa de reciclagem que foi implantada em Paranaíba-MS em 2010, possui como principal objetivo oferecer trabalho e gerar renda aos seus cooperados por meio do exercício das funções de coleta, triagem, processamento e comercialização de materiais recicláveis.

Para realizar a pesquisa identificaram-se alguns *stakeholders* da COOREPA a fim de levantar dados a respeito da avaliação destes sobre as ações da cooperativa. Cada *stakeholder* possui um papel importante em relação à COOREPA por este motivo, foram utilizadas as dimensões dos autores Azevedo e Pedrozo (2009) para descobrir quais eram a classificação do papel de cada um. O fato de a cooperativa estar instalada e atuando no município gerou muita satisfação por parte dos entrevistados, porém, o descontentamento está relacionado com o modo em que ela exerce suas atividades, pois os *stakeholders* acreditam que somente um caminhão não é o suficiente para coletar os materiais de toda a cidade; outro grande problema é a falta de conscientização da população, no qual se trata de uma consequência da falta de divulgação da cooperativa perante a sociedade. É importante ressaltar que a coleta seletiva, por lei é de responsabilidade do poder público.

Os *stakeholders* mais próximos a COOREPA (Secretaria de Meio Ambiente e o pessoal da universidade) possui o conhecimento das necessidades reais de que a cooperativa precisa. De acordo com a própria universidade a ausência de liderança traz muitos conflitos desnecessários; outra divergência se dá por não ter um local próprio (pois o local em que a COOREPA se encontra é emprestado), falta de maquinário, e o principal como já havia relatado anteriormente: a falta de caminhões. Mas este problema, não é da cooperativa; a coleta por lei é de responsabilidade da Prefeitura Municipal, para que o material reciclável seja devidamente remanejado para um local apropriado, e o restante do lixo para o aterro sanitário; mas infelizmente a lei não está sendo cumprida.

Aos dois anos de existência da cooperativa, na visão dos *stakeholders* muita coisa terá que ser melhorada; seja nos problemas estruturais ou no aumento de novos parceiros; de modo geral, a COOREPA está superando suas dificuldades e conquistando aos poucos o seu espaço. Este estudo está limitado ao estudo de caso, COOREPA, desta forma os dados não podem ser generalizados. Para estudos futuros seria interessante a utilização de grupo focal como método de coleta de dados, assim os *stakeholders* avaliariam a COOREPA em uma dinâmica mais integradora e abrangente.

*Recebido em janeiro de 2013, aprovado em março de 2014.*

## Referências Bibliográficas:

ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. *Monografia no curso de Administração*: guia completo de conteúdo e forma. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ARAÚJO, G. C.; MENDONÇA, P. S. M.; MARIANI, M. A. P. Avaliação de projetos Socioambientais na Perspectivas dos Stakeholders. In: BATISTA; C. K. L.; ARAÚJO, D. A. C. *Educação, Tecnologia e Desenvolvimento Sustentável*, 2010. Birigui: Editora Boreal.

ARAÚJO, G. C.; SILVA, M. A. C. Economia Solidária e Meio Ambiente: desenvolvimento sustentável a partir de uma cooperativa de reciclagem. In: PRADO, A. M.; BATISTA, C. K. L.; ARAÚJO, D. A. C.; SOUZA, J. A. *Práxis Educacional, Direitos Fundamentais e Política*, 2011. Curitiba: Editora CRV.

AZEVEDO, D. B.; PEDROZO, E. Á. Diálogos entre Stakeholders em Redes de Organizações de Agronegócios na Busca da Mitigação dos Efeitos Climáticos. In: ENCONTRO DA SOBER – Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 47, Porto Alegre. *Anais*. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

BOSE, M.; FEDATO, C.; MENDONÇA, L. R. Monitoramento de projetos sociais: um desafio para as alianças intersetoriais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. *Anais*. Atibaia: ANPAD, 2003.

BRASIL, *Lei nº 12.305*, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, 2010.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. *Análise do custo de geração de postos de trabalho na economia urbana para o segmento dos catadores de materiais recicláveis*, 2006.

CAMPOS, T. L. C. *Administração de Stakeholders*: uma questão ética ou estratégica. 2003. Disponível em: <<http://www.iceg.pucminas.br/apimec>>. Acesso em: 08 fev. 2012.

CHENNA, S. I. M. Lixo: gestão integrada e compartilhada – manejo diferenciado, 2001. In: SEMINÁRIO LIXO E CIDADANIA: região do grande ABC: Consórcio Intermunicipal do Grande ABC, 1, 2001. *Anais*. Grande ABC, 2001.

DEMAJOROVIC, J.; BESEN, G. R.; RATHSAM, A. A. Os desafios da gestão compartilhada de resíduos sólidos face à lógica do mercado. In: ANPPAS, 2, 2006. *Anais*. 2006.

FERNANDES, C. M. *Comunicação – Stakeholders*. 2012. Disponível em: <<http://archive.feedblitz.com/233686/~3859281>>. Acesso em: 15 mar. 2012.

FRANÇA FILHO, G. C. Terceiro Setor Economia social, Economia Solidária, Economia Popular: traçando fronteiras conceituais. In: *Bahia Análise & Dados*. Salvador. SEI. v.12. n.1 p. 09-19. Jun. 2002.

GODOY, A. S. A Pesquisa Qualitativa e sua Utilização em Administração de Empresas. In: *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: v.35, n.4, p. 65-71, jul/ago 1995.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abr. 1995.

GODOY, T. M. P. *O Espaço da Produção Solidária dos Catadores de Materiais Recicláveis – Uso e Contradições*. 2005. 163f. Dissertação (Pós-Graduação em Geografia) – Universidade Estadual Paulista. Rio Claro, 2005. UNESP: Rio Claro, 2005.

GOLDSCHMIDT, A. Engajamento com stakeholders e o relatório de sustentabilidade. In: ROCHA, T.; GOLDSCHMIDT, A. *Gestão dos Stakeholders: como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse*. 2010. São Paulo: Saraiva.

GOLDSCHMIDT, A. Stakeholders: como interagir com tantos públicos diferentes. 2009. *Gestão Pública & Desenvolvimento*. Disponível em: <<http://www.clebertoledo.com.br/blogs/gestaopublica>>. Acesso em: 12 fev. 2012.

ISE. *Índice de Sustentabilidade Empresarial*. BOVESPA - Bolsa de Valores de São Paulo. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/pdf/Indices/ResumoISENovo.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2011.

LECHAT, N. M. P.; RITTER, C.; LEMES, F. R. M.; SHIRMER, T. *Gestão de Empreendimentos Econômicos Solidários na Região Noroeste do Rio Grande do Sul*. 2007. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/2042>>. Acesso em: 04 abr. 2011.

LEITE, P. R. *Logística Reversa: meio ambiente e competitividade*. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

MAGERA, M. *Os empresários do lixo: um paradoxo da modernidade – análise interdisciplinar das cooperativas de reciclagem de lixo*. 2. Ed. Campinas: Átomo, 2005.

MARINO, E. *Manual de Avaliação de Projetos Sociais*. São Paulo: IAS – Pedagogia Social, 1998.

MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S. F.; CRUZ NETO, O.; MOURA, M. S.; MEIRA, L. *Desafios da Gestão de Empreendimentos Solidários*. 2002. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/iciepa/unpan005467.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2011.

NORO, G. B.; BECKER, D. V.; BECKER, R. C.; SUPLITZ, C. C.; ABBADE, E. *Sustentabilidade: uma visão baseada em stakeholders*. Disponível em: <[www.excelenciaemgestao.org/portals/2/documents/Cneg6/anais/T10\\_0258\\_1174.pdf](http://www.excelenciaemgestao.org/portals/2/documents/Cneg6/anais/T10_0258_1174.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2011.

OCB/MS, Organização das Cooperativas Brasileiras de Mato Grosso do Sul. *Censo Cooperativismo Sul-Mato-Grossense 2010*. 2011.

PAULA, M. B.; SOUZA-PINTO, H.; SOUZA, M. T. S. A Importância das Cooperativas de Reciclagem na consolidação dos Canais Reversos de Resíduos Sólidos Urbanos Pós-consumo. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, 13, FGV/ EAESP: São Paulo, 2010. *Anais eletrônicos*. FGV: São Paulo, 2010. Disponível em: <[http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2010/artigos/E2010\\_T00221\\_PCN41182.pdf](http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2010/artigos/E2010_T00221_PCN41182.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2011.

PELIANO, A. M. T. M. *Bondade ou Interesse? Como e por que as empresas atuam na área social*. Brasília: IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), 2001.

PIMENTEIRA, C. A. P. *Aspectos socioeconômicos da gestão de resíduos sólidos o subsídio dado as cooperativas de catadores na cidade do Rio de Janeiro*. 2000. 92f. Monografia (Graduação em Economia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2000.

RIBEIRO, J. A.; ALBUQUERQUE, J. L.; SILVA, D. M. C.; NAVAES, A. M.; CALDAS JÚNIOR, G. C. A Reciclagem como uma Ação Econômica, Social e Ambiental: a experiência da associação dos agentes de reciclagem do Ipojuca- PE. Congresso SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 48, *Anais eletrônicos*. Campo Grande – MS, 2010. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/15/663.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2011.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

ROESCH, S. M. A. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágio, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROSA, A. R.; TURETA, C.; BRITO, M. J. Resíduos Sólidos e Políticas Públicas: reflexões acerca de uma proposta de inclusão social. *Revista Organizações Rurais & Agroindustriais*. Lavras. v. 8. n.2. p. 257-267. 2006.

SAVITZ, A. W. *A Empresa Sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEVERINO, A. J. *Metodologia do Trabalho Científico*. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVEIRA, A. M; YOSHINAGA, C. E.; BORBA, P. R. F. Crítica à Teoria dos Stakeholders como função-objetivo corporativa. In: *Caderno de Pesquisa em Administração*, São Paulo: vol. 12, n.1, p. 33-42, jan/mar 2005.

SINGER, P. *Economia Solidária: um modo de produção e distribuição*. 2006. Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/imagem/capitulo/492335.pdf>>. Acesso em: 07 mar. 2012.

TACHIZAWA, T. *Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TEIXEIRA, M. L. M.; DOMÊNICO, S. M. R. Fator Humano: uma visão baseada em stakeholders. IN: HANASHIRO, D. M.; TEIXEIRA, M. L. M.; ZACCAR, L. M. (orgs.). *Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders*. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

VERGARA, S. C. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VIEIRA, A. C. M.; RICCI, F. Cooperativas Populares de Reciclagem e a Articulação entre Geração de Renda, Reciclagem e Gestão Ambiental. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, AEDB: Rio de Janeiro, 2008. *Anais eletrônicos*. AEBD: São Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: Disponível em: <[http://www.aedb.br/seget/artigos08/275\\_275\\_Cooperativas\\_Populares\\_de\\_Reciclagem\\_-\\_Seget\\_2008.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos08/275_275_Cooperativas_Populares_de_Reciclagem_-_Seget_2008.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2011.

YIN, R. K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.