



V ENCONTRO DE PESQUISADORES LATINO AMERICANOS DE COOPERATIVISMO

Movimento Cooperativista no Brasil: Aspectos Sociais e processo de internacionalização



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”



BREVE HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO

1899

• **Primeira cooperativa brasileira - Ouro Preto/MG ...**

Déc. 50

- **União Nacional das Associações Cooperativas-UNASCO**
- **Aliança Brasileira de Cooperativas-ABCOOP**

Déc. 60

- **Necessidade da unificação da representatividade do Sistema**

1969

IV CBC

- Aprovada a criação da OCB
- Elaboração da minuta do Projeto de Lei para o Cooperativismo



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

BREVE HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO

1970

- Foi registrada a Organização das Cooperativas Brasileiras - OCB

1971

- Promulgação da Lei 5.764, que regulamenta o Sistema Cooperativo

1988

- Promulgação da Nova Constituição
 - Autogestão
 - Adequado Tratamento Tributário
 - Apoio e fomento ao Cooperativismo



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

BREVE HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO

1995

Congresso ACI em Manchester

- Reformulação dos Princípios Cooperativistas
 - Trabalho com a comunidade (Responsabilidade Social)
- Autorização para criação dos Bancos Cooperativos

1997

- Presidência da ACI para o Brasil: Roberto Rodrigues

1998

– Edição da Medida Provisória 1.715, de 3 de setembro de 1998

- Criação do Recoop
- Criação do Sescoop



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

BREVE HISTÓRIA DO COOPERATIVISMO

1999

- **Implantação do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP**
- **Protocolados projetos sobre a Nova Lei Cooperativista**
 - PL 171/99 – Senador Osmar Dias
 - PL 428/99 – ex-senador José Fogaça
 - PL 605/99 – Senador Eduardo Suplicy

2000

- **XII CBC**
 - **Consolidação do Programa de Autogestão de Cooperativas**

2002

I Seminário Tendências

- Profissionalização da Gestão
- Educação Cooperativista
- Intercooperação
- Responsabilidade social com a comunidade

2007

LEI 11.524

- Acesso das cooperativas de crédito ao SESCOOP



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

PRINCÍPIOS



1º Adesão livre e voluntária



2º Gestão democrática pelos associados



3º Participação econômica dos associados

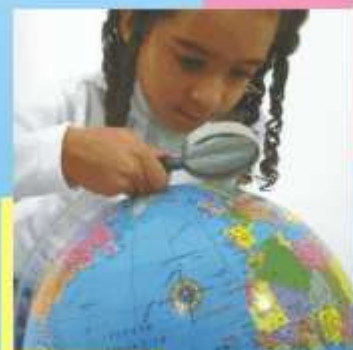


PRINCÍPIOS



4º Autonomia e independência

endimentos autônomos
ados por seus associados



Educar é construir um futuro melhor.

5º Educação, formação e informação



A união faz a força.

6º Cooperação entre as cooperativas

PRINCÍPIOS



- Acompanhar os indicadores sociais e econômicos dos municípios onde a cooperativa está presente, preferencialmente desde antes do início das atividades da cooperativa em cada local;
- Desenvolver estudos buscando conhecer com maiores detalhes as comunidades onde atua;
- Buscar a utilização cada vez mais eficiente de recursos naturais e ambientais, especialmente água e fontes de energia;
- Descrever claramente o processo de decisão para apoio a iniciativas das comunidades locais.

TENDÊNCIAS DO COOPERATIVISMO

1. Profissionalização da Gestão

Contemporâneo

- Ramos do Cooperativismo
- Autocontrole
- Capacitação
- Comunicação



3. Intercooperação

- Formação de redes empresariais cooperativistas
- Inter-ramos e intra-ramos



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

Elab.: GEMERC/OCB

2. Educação Cooperativista

- Educação Cooperativista
- Capacitação Cooperativista
- Formação Cooperativista

4. Responsabilidade social com as comunidades

- Ações Sociais
- Educação
- Comunicação



SISTEMA OCB

Missão

Representar e fortalecer o Cooperativismo Brasileiro, promovendo sua identidade e reconhecendo sua diversidade.

Visão

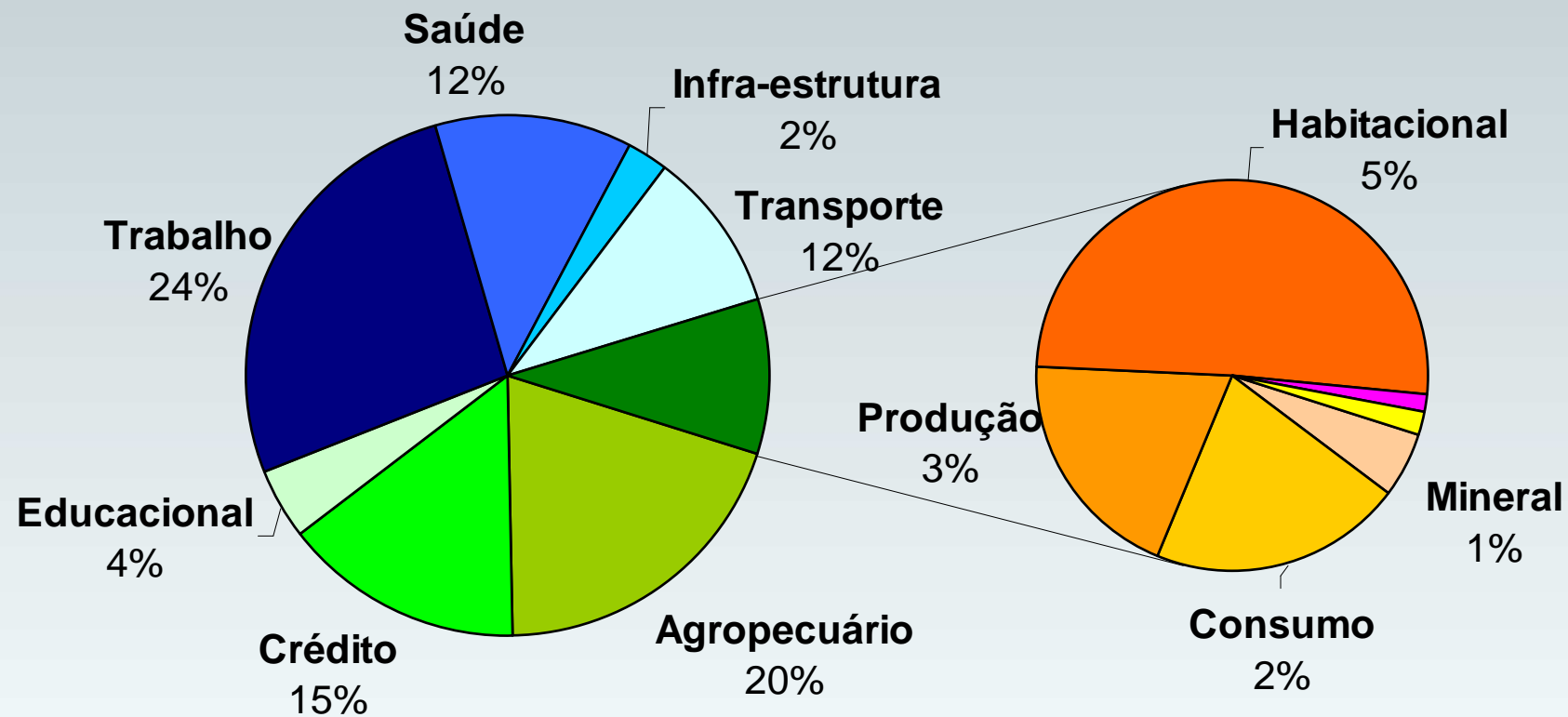
Ser referencial do Cooperativismo Brasileiro, de sua identidade, estimulando a intercooperação e ampliando sua participação sócio-econômica.



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

SISTEMA OCB

Distribuição de Cooperativas por Ramo



Conselhos Especializados

89%

Demais Ramos

11%



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

SISTEMA OCB

Cooperativas por Ramo

Ramo de Atividade	Cooperativas	Associados	Empregados
Agropecuário	1.544	879.649	139.608
Consumo	141	2.468.293	8.984
Crédito	1.148	2.851.426	37.266
Educacional	337	62.152	2.913
Especial	12	385	13
Habitacional	381	98.599	1.258
Infra-estrutura	147	627.523	5.867
Mineral	40	17.402	77
Produção	208	11.553	1.427
Saúde	919	245.820	41.464
Trabalho	1.826	335.286	6.682
Transporte	945	88.386	5.363
Turismo e Lazer	24	1.094	39
T O T A I S	7.672	7.687.568	250.961



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

SISTEMA OCB

O Cooperativismo Hoje

- 26 Estados da Federação
- 01 Distrito Federal
- Municípios: 1.751

- Exportações: 3,3 Bilhões
- PIB: 6%
- Faturamento: R\$ 72,2 Bilhões

- 7.672 cooperativas (107%)
- 7.687.568 associados (163%)
- 250.961 empregados (109%)



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

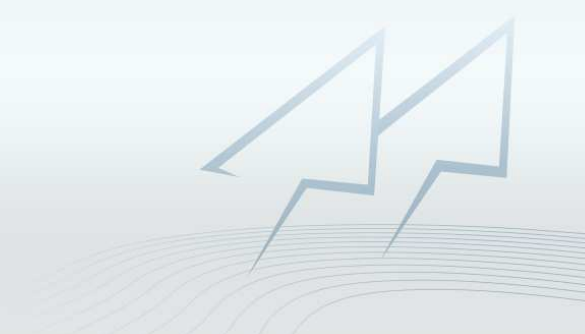
COOPERATIVAS NÃO REGISTRADAS NA OCB

<i>Setores de Atividade</i>	<i>Total</i>	<i>Var. %</i>
Agropecuários	169	40,6%
Crédito	166	39,9%
Trabalho	33	7,9%
Outros	48	11,6
Total geral	416	100,0%

Fonte: Sites da Unicafe e da Ancosol



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”



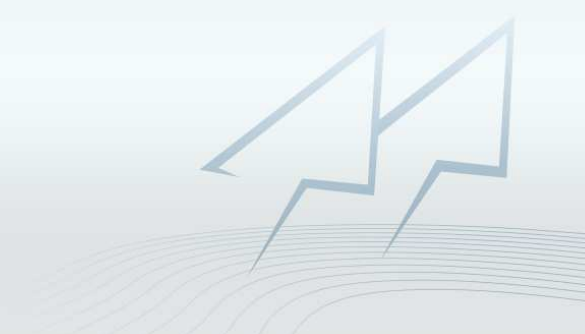
EFICIÊNCIA ECONÔMICA



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

O que é ?

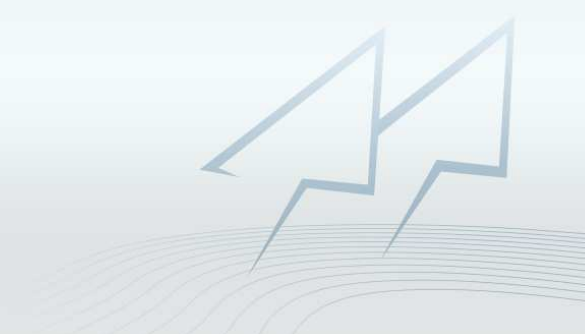
É um processo organizado e sistemático de coletar, consolidar, armazenar e trabalhar dados para se obter informações capazes de levar a uma ação estratégica visando identificar novos mercados e/ou aumentar fatias de mercados já existentes, para produtos de exportação e de inserção no mercado interno



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Atribuições

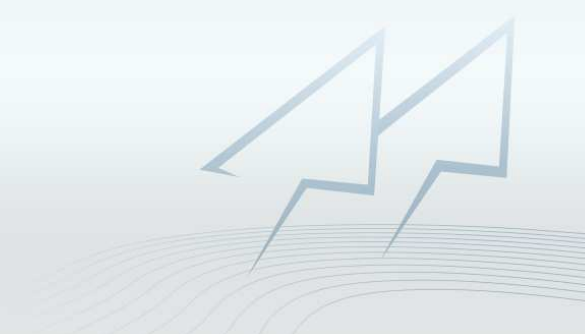
- **Coleta e disseminação de informações sobre o desempenho das exportações de produtos brasileiros em mercados internacionais;**
- **Análise de mercados com potencial para absorção de produtos;**
- **Levantamento de oportunidades de negócios nos mercados interno e externo;**



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Atribuições

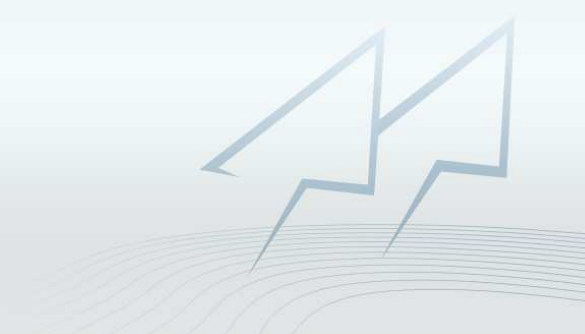
- **Estatísticas atualizadas de comércio exterior e tendências mundiais;**
- **Determinação do perfil dos exportadores brasileiros, restrições e problemas enfrentados.**
- **Elaborar cenários para os setores exportadores mediante a análise dos conjuntos de informações agregadas pelo sistema.**



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Perguntas a serem respondidas pela inteligência comercial

- **Quem são os exportadores brasileiros em termos de dimensão, estrutura de capital, setor produtivo e localização?**
- **Quais são os mercados potenciais para nossos produtos e como atingi-los eficientemente ?**
- **Como medir o desempenho das vendas brasileiras para o exterior?**
- **Quem são e o que vendem nossos maiores competidores nos mercados de nosso interesse?**



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Perguntas a serem respondidas pela inteligência comercial

- **Em que país está a demanda por determinado produto ?**
- **Quais as características do mercado demandante, e quais as ações de promoção mais eficientes ?**
- **Quais as oportunidades e riscos nestes mercados, e o que fazem os concorrentes ?**
- **Qual é o melhor "mix" a ser aplicado em termos de produto, distribuição, preço e promoção ?**
- **Como consolidar os novos mercados conquistados ?**



OBJETIVOS DA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Quanto aos mercados

- **Expandir e solidificar seus atuais mercados;**
- **Identificar, analisar, selecionar e conquistar novos mercados;**
- **Obter informações tendências de mercado;**
- **Identificar as demandas por novos produtos;**
 - **Descobrir e explorar nichos de mercado;**
 - **Lograr novos e potenciais clientes;**
 - **Identificar concorrentes atuais e futuros;**
 - **Definir estratégias de promoção comercial;**

OBJETIVOS DA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Quanto a produção

- **Adequar seus atuais produtos e serviços às exigências de mercado (design, normas e regulamentos, aperfeiçoamento de mão-de-obra, programas de qualidade e produtividade);**
- **Descontinuar alguns produtos e serviços;**
- **Desenvolver novos produtos e serviços;**
 - **Ajustar seus processos produtivos;**
 - **Verificar a necessidade de novos fornecedores;**
 - **Definir atividades de assistência técnica.**



INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Não há uma metodologia única e universal de inteligência comercial. O que existe são diferentes estratégias e práticas que dependem das instituições que as exercitam, dos recursos que dispõem para investir, dos setores onde estão inseridas, dos produtos que querem vender, dos mercados que querem atingir e da qualidade, da quantidade, do preço e do prazo de entrega, dentre outras características próprias de cada produto, nas busca de oportunidades de negócios.



INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Ferramentas Estatísticas

Painéis Estatísticos

- **Conjunto de ferramentas específicas para avaliação periódica do comportamento das exportações brasileiras e dos mercados mundiais. Fornece comparações entre o crescimento das exportações de produtos brasileiros com as importações de mercados potencias.**

Ex: Cruzamento estatístico, tendência de mercado



FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

• Tendência

Principais parceiros	Exportações brasileiras (US\$ mil, fob)			Participação do parceiro nas exportações brasileiras (%98)	Importações totais do parceiro (US\$ mil, cif)			Participação do Brasil nas importações do parceiro (%98)	Resultado da análise (*)
	1998	Tendência de crescimento (%94-98)	Estabilidade da tendência de crescimento		1998	Tendência de crescimento (%94-98)	Estabilidade e da tendência de crescimento		
Mundo	2.330.413	4,40	0,15	100,00	12.081.395	2,46	0,11	19,45	-
<u>Alemanha</u>	370.323	25,82	0,46	15,89	2.223.999	2,76	0,08	16,56	GMC
<u>EUA</u>	367.677	2,33	0,03	15,78	2.817.881	7,88	0,48	13,34	PMC
<u>Itália</u>	256.888	2,26	0,06	11,02	857.663	-	-	32,61	-
<u>Japão</u>	226.266	4,21	0,23	9,71	1.022.088	1,52	0,08	24,20	GMD
<u>Bélgica</u>	126.139	3,46	0,08	5,41	469.196	15,59	0,51	15,77	PMC
<u>Espanha</u>	79.978	3,68	0,07	3,43	476.853	2,07	0,05	18,65	GMD
<u>Grécia</u>	78.299	-4,55	0,60	3,36	45.200	23,97	0,51	73,95	PMC
<u>Argentina</u>	76.156	2,78	0,12	3,27	88.440	-0,10	0,00	90,37	GMD
<u>Suécia</u>	76.104	3,19	0,05	3,27	280.283	2,09	0,07	28,85	GMD
<u>França</u>	73.314	6,06	0,15	3,15	766.132	-0,21	0,00	20,03	GMD
<u>Eslováquia</u>	65.859	12,12	0,01	2,83	26.317	-4,94	0,15	5,03	GMD
<u>Canadá</u>	51.356	11,87	0,18	2,20	367.310	4,39	0,37	17,79	GMC

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

• Cruzamento Estatístico

PAÍS	Dimensão do Mercado			Ritmo de Crescimento do Mercado			Grau de Abertura do Mercado			Des. Hum
	POP. Milhões/06	PIB (GDP-PPP) US\$ Bilhões/06	Valor das M Agric.(méd. 2002/06) US\$ Milhões	Cresc. Médio do PIB (2002/06)	Variação % Importações Agrícolas (2002/06)	Variação Importações Agrícolas (2002/06) US\$ Milhões	Facilitação Comércio Internac.	M AGRIC / X AGRIC (média 2002/06)	Tarifa Média Aplic. Agri (%)	IDH 2006
Ar. Saudita	13	14	11	8	14	13	10	2	15	6
Austrália	16	11	12	14	3	9	11	20	19	19
Canadá	12	9	5	16	15	6	13	15	10	18
China e H.K.	1	3	4	1	4	3	15	12	11	5
Cingapura	19	17	15	6	12	16	1	8	20	12
Coréia do Sul	11	8	7	12	20	11	3	3	2	11
Emir. Árabes	20	18	18	2	9	19	7	4	16	10
EUA	4	2	2	15	13	2	4	10	18	16
Índia	2	4	17	3	11	17	19	16	5	1
Indonésia	5	19	20	10	17	20	14	19	17	2
Japão	7	5	3	19	19	4	5	1	6	17
Malásia	14	15	14	7	6	12	6	17	14	3
México	8	7	6	13	16	7	18	9	8	9
Noruega	18	16	19	17	5	15	2	13	1	20
Rússia	6	6	8	5	1	5	20	7	13	8
Suíça	17	20	9	20	8	8	12	5	3	15
Taiwan	15	10	10	11	18	18	8	6	9	14
Tailândia	10	13	13	9	10	14	16	18	7	7
Turquia	9	12	16	4	2	10	17	14	4	4
UE	3	1	1	18	7	1	9	11	12	13

Elab.:DAC/SRI/MAPA

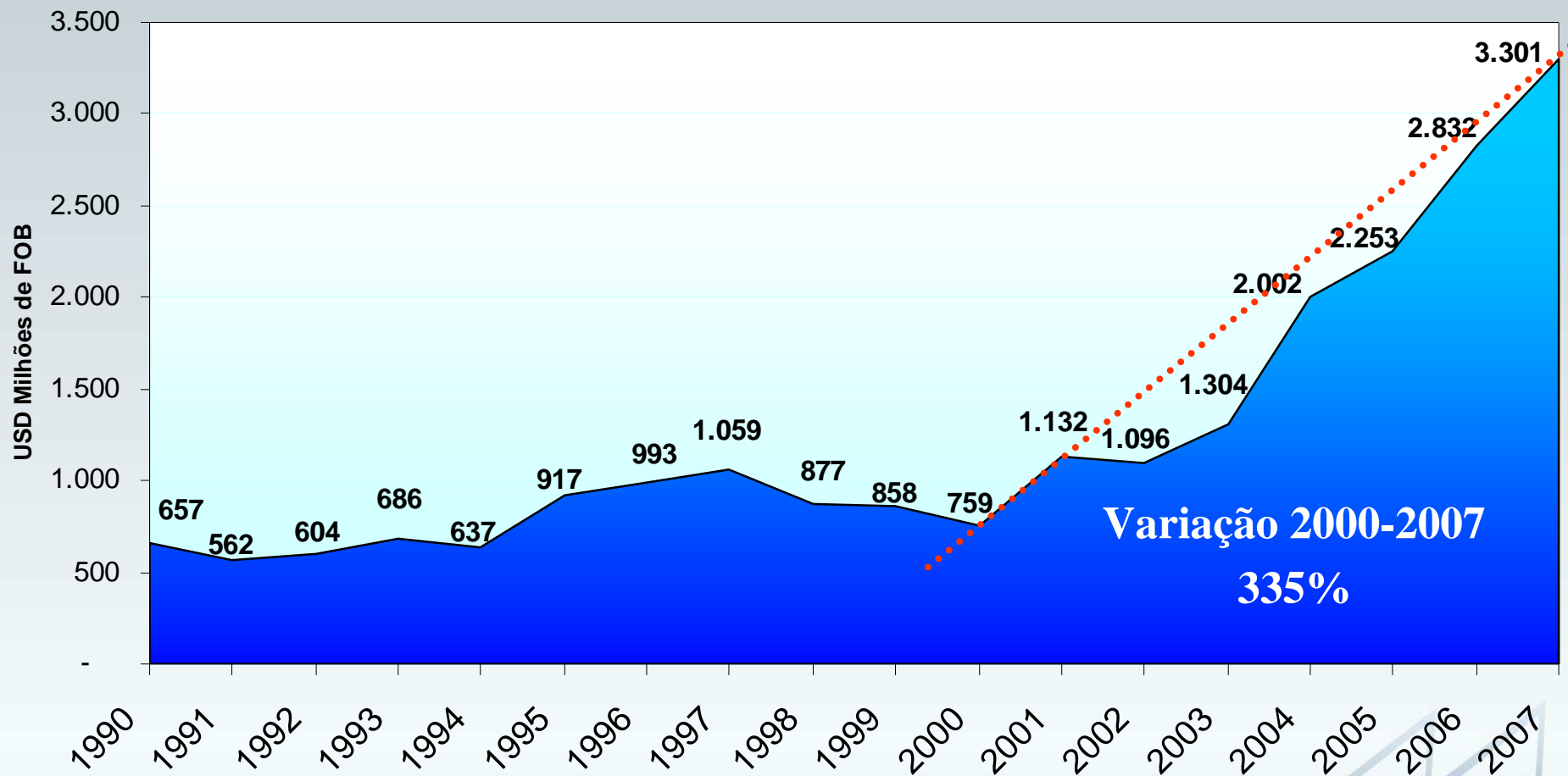


TAB 7 - RANKING DOS PAÍSES SEGUNDO SUA CLASSIFICAÇÃO POR INDICADORES

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Evolução das Exportações das Cooperativas



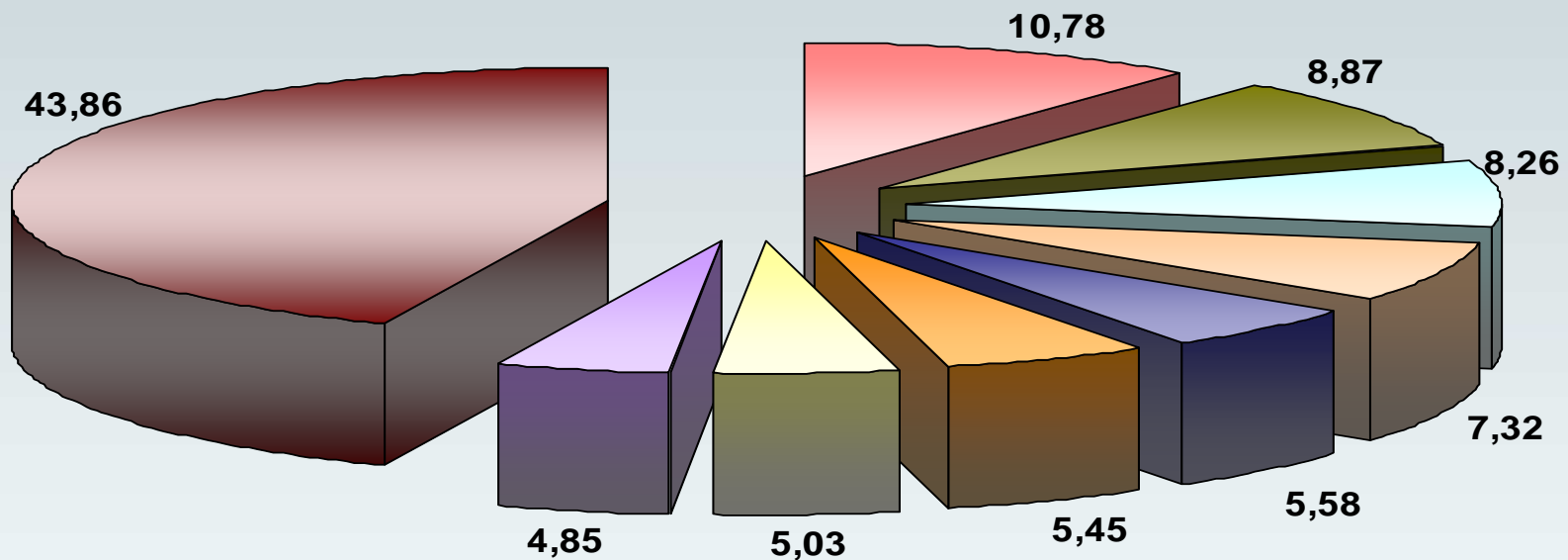
Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Direcionamento das Exportações das Cooperativas

Participação de Países nas Vendas das Cooperativas (%)
2007



Países Baixos

China

Alemanha

Emirados Árabes

Estados Unidos

Russia

Japão

Arábia Saudita

Demais Países

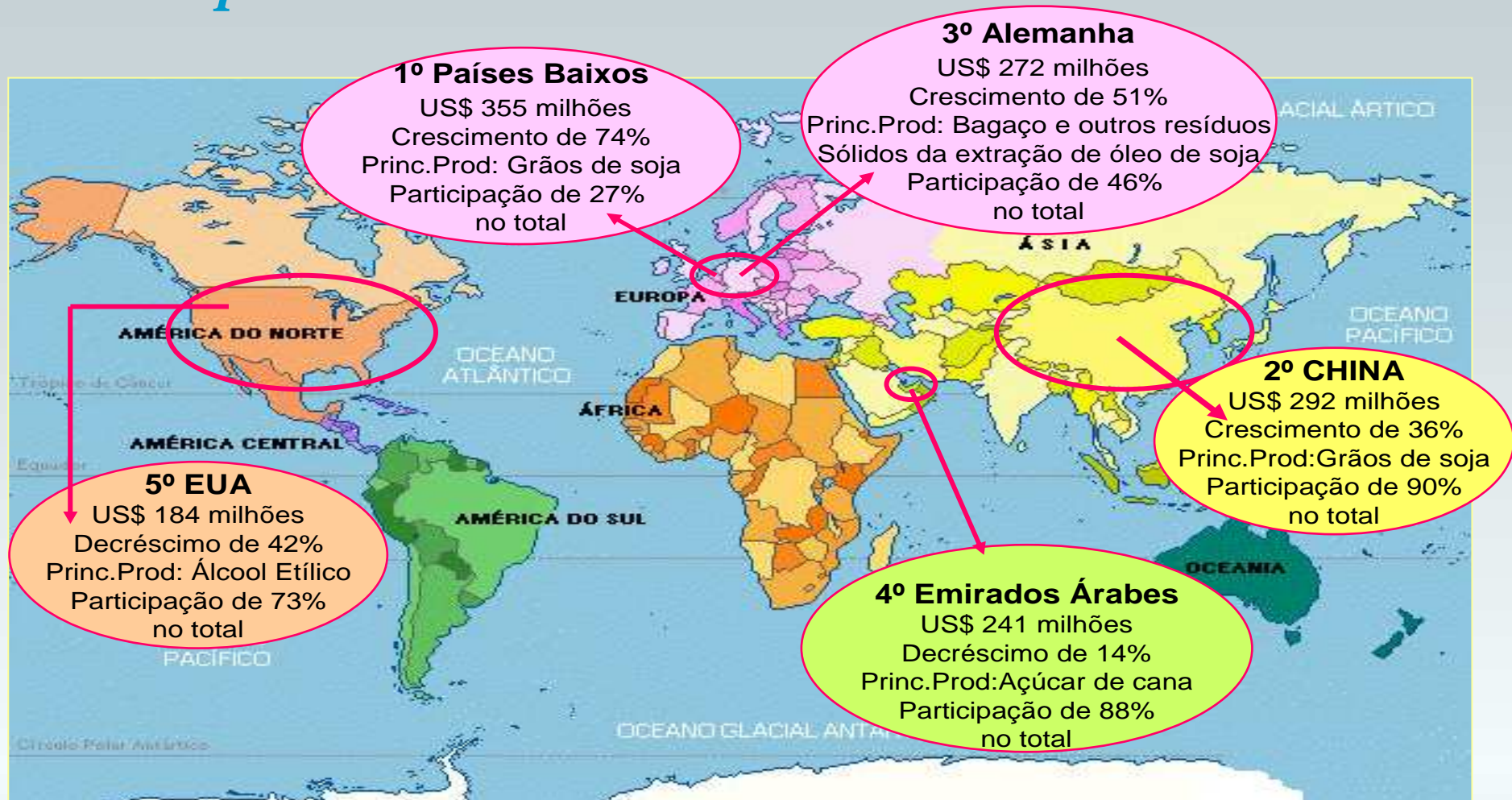


Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Principais Mercados de Destino



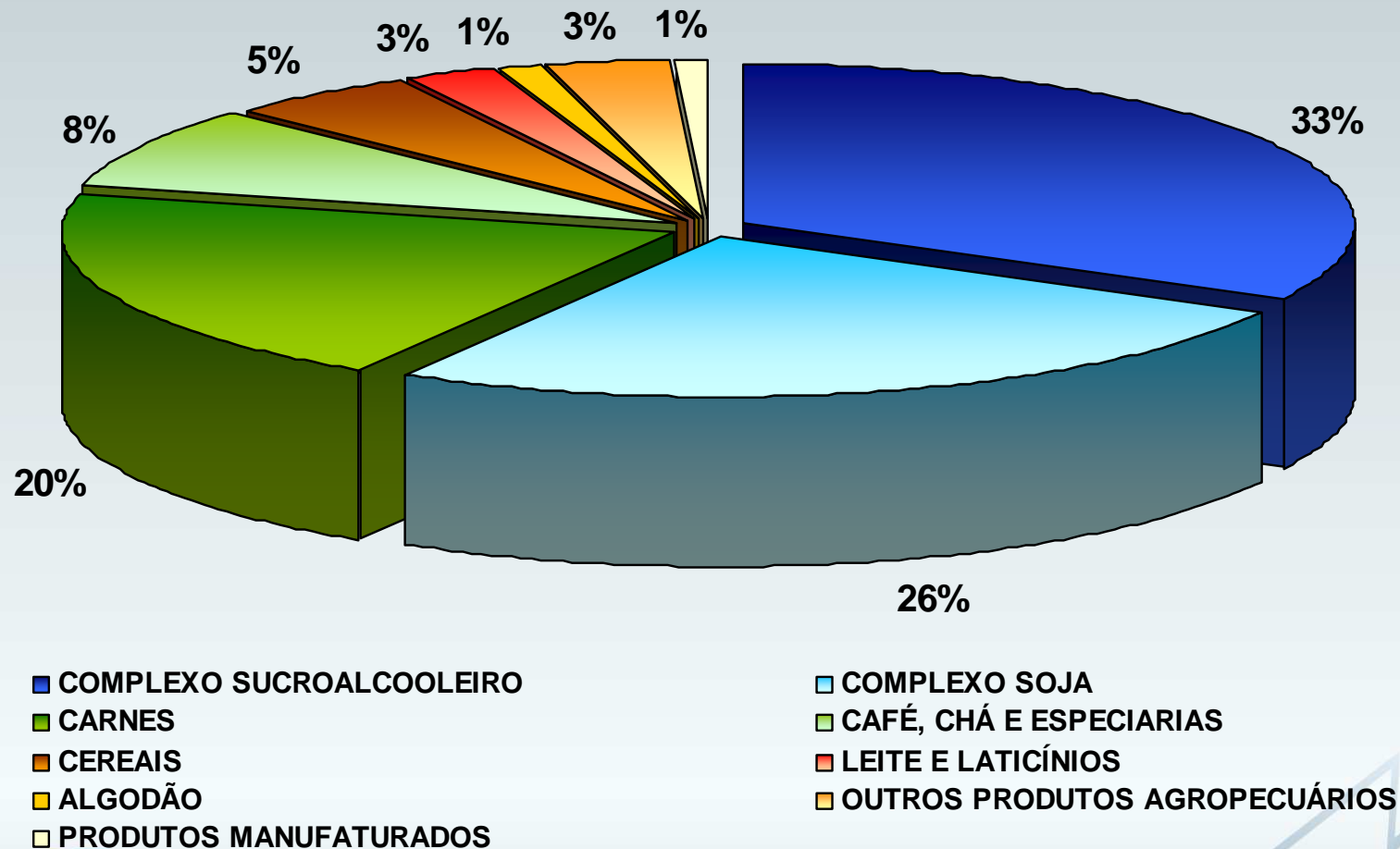
Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

Fonte: MDIC/SECEX – Dez.2007

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Principais Grupos de Produtos Exportados

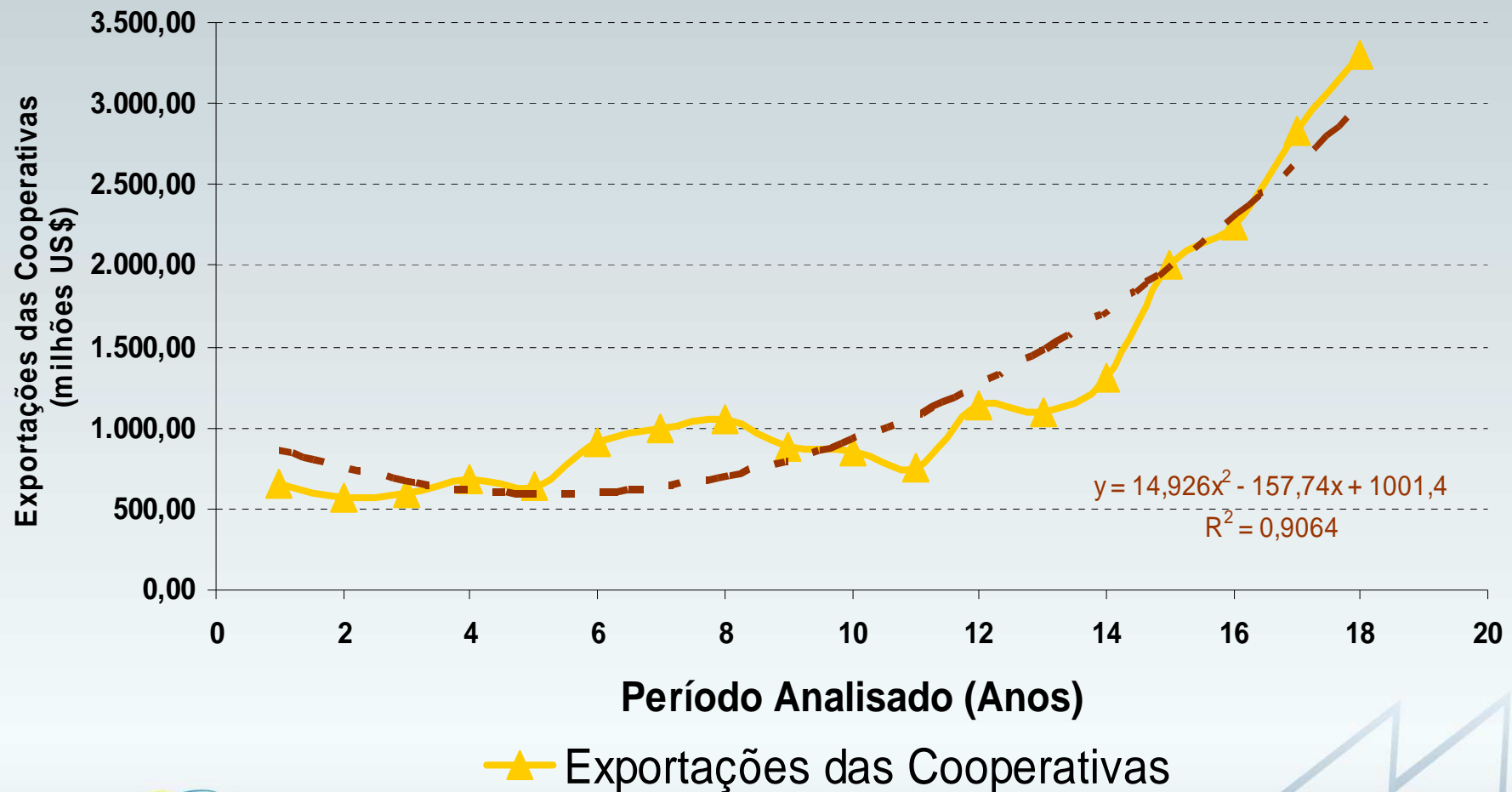


Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Tendências das Exportações das Cooperativas



Organização das Cooperativas Brasileiras

“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Ferramentas Analíticas

Painel de Empresas

- Banco de dados de empresas brasileiras/cooperativas efetivas ou potenciais exportadoras, organizadas por produtos. Contém informações sobre a dimensão da empresa, mercados de exportação, pessoas de contato, endereço completo, telefone, fax, e-mail, participação das exportações no faturamento da empresa, ano de fundação, resumo de atividades, filiais, informações sobre os produtos.

Ex.: OCB/SICO → Promoção Comercial



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”



INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Ferramentas Analíticas

Painel Analítico

- **Módulo que propicia a identificação de informações em relação as dificuldades que as empresas enfrentam para a inserção de seus produtos no mercado internacional.**

Ex: Barreiras tarifárias e não tarifárias.



INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Ferramentas Analíticas

Oportunidade de Exportação

- **Intenções de compra do importador estrangeiro e oportunidades comerciais captadas em várias instituições internacionais e divulgadas às empresas cadastradas**
Ex. Missões Comerciais

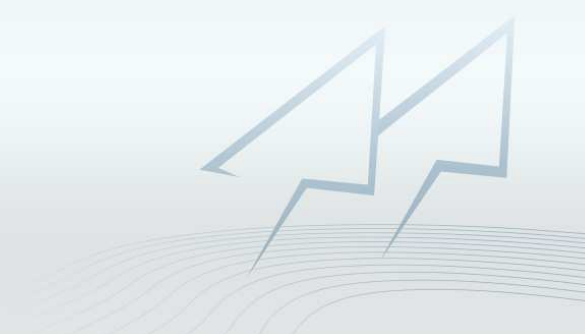


INSTRUMENTOS UTILIZADOS PELA INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Ferramentas Analíticas

Pesquisas de Mercados e Produtos

- **Informe Básico sobre Produtos - estudo sintético de mercado, sobre produtos determinados. Contém alíquotas de importação, estatísticas, tarifas, principais importadores, tendências e concorrentes, fatores que influenciam a demanda, canais de distribuição etc.**



PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”





A C.Vale Cooperativa Agroindustrial tem atuação no Paraná e, também, em Santa Catarina, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Paraguai, destaca-se na produção de soja, milho, trigo, mandioca, leite e suínos e atua na prestação de serviços com mais de 150 profissionais que dão assistência agrônômica e veterinária aos associados.



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”





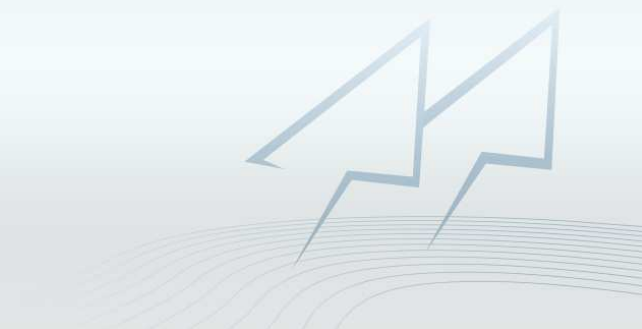
A cooperativa agroindustrial Lar é paranaense, mas opera no Paraguai como uma espécie de subsidiária, a Lar SRC.



EFICÁCIA SOCIAL



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

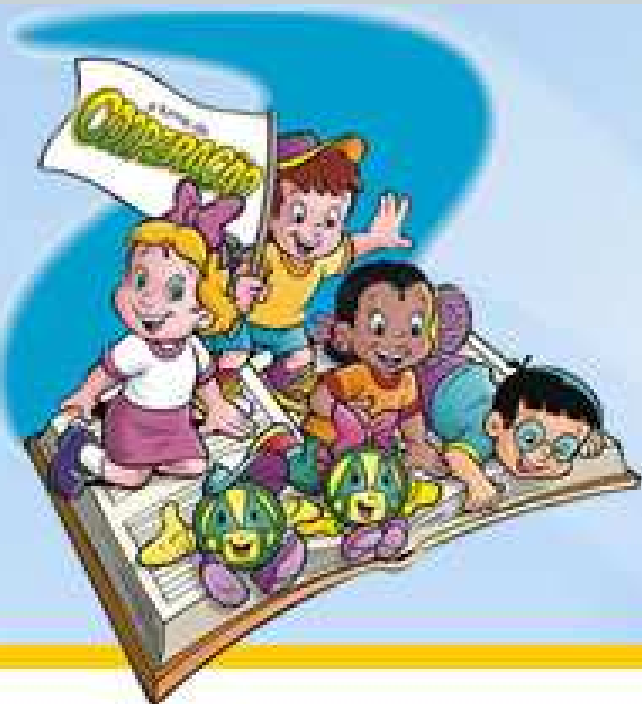


*Centenas de
comunidades
atendidas*

*Milhares de pessoas
beneficiadas*



Projetos Educacionais



PROGRAMA
COOPER

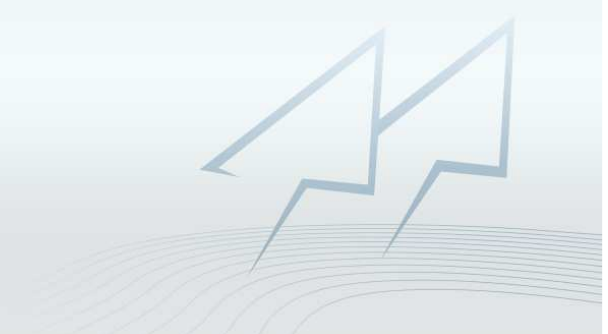
Você pode mudar e
ter um futuro melhor.



Projetos Sociais



- Mais de 161 mil alunos
- 12.800 professores
- 1.200 escolas
- 104 municípios
- 300 parceiros



Recomposição da Mata Ciliar

- **Recuperação de nascentes e da vegetação nativa no entorno dos rios que cruzam as propriedades dos associados;**
- **As famílias trabalham em sistema coletivo;**
- **O plantio das árvores é feito em 50 metros no entorno da nascente, por 380 metros de extensão, continuando na extensão do rio, com margens de 30 metros;**
- **As nascentes recuperadas recebem proteção natural com o plantio de mudas de árvores nativas.**



Água Viva

- **Intercooperação Tecnológica:
Coopavel-PR – Carpil-AL;**
- **Orienta e incentiva os agricultores a protegerem as nascentes de forma simples, garantindo a qualidade da água consumida pela família e dos animais;**
- **Apesar do problema da seca do nordeste, existe grande quantidade de nascentes existentes na área de abrangência da Carpil.**



CARPIL

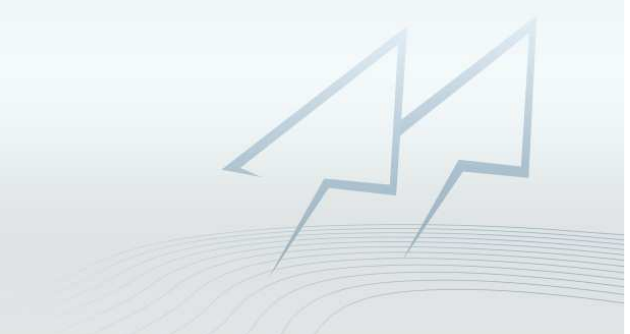
CONCLUSÃO

A economia social se refere a atividades econômicas que não visam lucro e, embora sejam de caráter privado, compartilham seus objetivos com o setor público no que diz respeito ao desenvolvimento integrado da comunidade e do homem.



COOPERATIVISMO É ECONOMIA SOCIAL

Promove equilíbrio tanto entre eficiência econômica e eficácia social, gerando desenvolvimento e equitativa distribuição de renda.



Obrigado!

Evandro Scheid Ninaut

evandro.ninaut@ocb.coop.br

www.brasilcooperativo.coop.br



“Cooperativismo. Você Participa. Todos crescem.”

