

Visões do Cooperativismo

Coordenador

Marcio Nami

Autores

Agostinho da Silva Pereira

Ana Carolina Calegari Lopes da Silva

Ana Lucia de Almeida

Ana Paula Ferreira da Costa

Carlos José de Freitas

Ilza de Souza Costa

Luís Eduardo Pereira Ramos

Marcio Nami

Rosângela Pimentel Galhardo da Silva

Samantha Janini Correa

(c) 2012 Marcio Roberto Palhares Nami
Visões do Cooperativismo

Editoração: Maria Telma da Silva

Assistente editorial: Leiliane Nunes

Projeto gráfico e diagramação: Mauro Nunes Barbosa

Revisão: Luís Eduardo da Silva

Capa: Gabriel de Castro

Impressão e acabamento: Stilo Gráfica e Editora

Nami, Marcio Roberto Palhares.

Visões do Cooperativismo – Cooperativas de Crédito / Marcio Roberto
Palhares Nami – Stilo Gráfica e Editora: Brasília, 2012

216 p.il.

ISBN 978-85-89115-13-1

1. Cooperativa. 2. Cooperativismo. I. Título.



SBS Quadra 02 Bloco "A" Ed. Casa São Paulo 606 / 607

Cep: 70078-900 – Brasília – DF

Tel: 61 3323-2335 / 3323-2338 / 3322-7630

Fax: 61 3323-2337

livros@confebras.com.br

Visões do Cooperativismo

Coordenador

Marcio Nami

Autores

Agostinho da Silva Pereira

Ana Carolina Calegaro Lopes da Silva

Ana Lucia de Almeida

Ana Paula Ferreira da Costa

Carlos José de Freitas

Ilza de Souza Costa

Luís Eduardo Pereira Ramos

Marcio Nami

Rosângela Pimentel Galhardo da Silva

Samantha Janini Correa



Brasília, 2012

PREFÁCIO

Novamente, Marcio Nami nos surpreende com sua obra literária “**Visões do Cooperativismo**”, acompanhado de sua equipe da Cooperativa de Crédito de Mendes, em sua busca incessante da divulgação e propagação da viabilidade das Cooperativas Abertas. Em diversas ocasiões, tive a felicidade de acompanhar seu trabalho, em âmbito municipal, num verdadeiro espírito de luta, expandindo sua luta para horizontes maiores, dentro do território nacional e também, e muitíssimas vezes, fora do país.

E o que eu mais admiro em seu trabalho é capacidade e força impregnada ao mesmo do “se falar do orgulho de nossa cidade – o Banquinho de Mendes”, uma cooperativa que, desde 1929, funciona com bastante eficácia, tornando-se a Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Limitada mais antiga do país. E a população mendense não se surpreende com isso, acostumada a perceber, na sucessão de seus dirigentes, cidadãos honestos, imbuídos de levantar bandeiras de luta pelo sistema cooperativista e preservar essa instituição de peso.

E, com Marcio Nami, essa admirável batalha alia-se à força de sua escrita, de sua narrativa convincente, porque ele mesmo crê e nos faz crer numa verdade, porque, afinal, estamos rumando para 90 anos de uma realidade benfazeja.

Nesse trabalho, Marcio Nami e equipe realizam, de forma honesta e segura, as mesmas funções que desempenham rotineiramente na **Cooperativa**, transmitindo polidez e cortesia a seus clientes. E a obra está pautada em ensinamentos e dissertação de vários aspectos e nuances do mundo cooperativo e cooperativista, enfim... num mundo melhor.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Como cidadão, acredito nisso, e tenho orgulho de estar fazendo parte de uma clientela de privilegiados, rumo aos 90 anos de grandes realizações e certezas.

Parabéns, Marcio Nami, décimo primeiro presidente da Cooperativa de Mendes, e sua equipe, pelo excelente trabalho, não só por essa obra escrita, mas, sobretudo, pela grande obra que realizam.

Janér Baptista de Oliveira

NOTAS DO AUTOR

A construção conjunta que representa esta obra nasceu de uma mudança de visão. A maioria dos autores que serão lidos a seguir tem em seu cotidiano, de forma direta ou indireta, relação com o Cooperativismo. Desta relação nasceu o desejo de expressar e materializar aspectos e características que levaram à construção do tema Cooperativismo como ele é visto hoje, de modo a ressaltar suas virtudes, e sem esquecer as falhas e necessidades de aprimoramento. Um dos objetos de estudo desta obra, a Cooperativa de Crédito de Mendes, que iniciou suas atividades em 1929, é um ícone do Cooperativismo Financeiro no Brasil. Pela primeira vez, em uma obra, são reunidos alguns aspectos que a tornaram exitosa, dissecados de forma detalhada. Por outro lado, teremos a visão de um exemplo de Cooperativa de Consumo, a COOP/SP, que conseguiu ao longo de sua existência criar uma ponte entre eficiência e cooperação.

A parte inicial faz uma análise comparativa entre bancos comerciais convencionais e sociedades cooperativas, de modo a ressaltar as idiossincrasias do tema em tela. No segundo trabalho, analisamos as mudanças operacionais de uma cooperativa que caminha para o centenário, onde são ressaltadas as mudanças organizacionais necessárias aos desafios de constante aprimoramento, aliadas ao aprendizado diuturno. A terceira parte mostra que tradição por si só não é suficiente. Existe a constante necessidade da saída da zona de conforto, e a consequente e incessante busca por novos produtos e serviços com vistas ao atendimento dos mercados e associados, em constante mutação. O capítulo seguinte denota a onipresença da tecnologia da informação em seu braço mais visível e longo, o comércio eletrônico, e mostra seus impactos diretos, indiretos e induzidos na cooperativa em questão.

No capítulo cinco, temos uma visão de futuro que, mais importante que sonhadora ou realista, mostra a preocupação da instituição com os passos e caminhos que virão, ainda que esses no momento sejam incertos, ou mesmo invisíveis. Parafraseando Macaulay, podemos dizer que “o ponto que ontem era inexistente hoje é o ponto de chegada, e amanhã será o de partida”.

Finalmente, no derradeiro capítulo, é mostrado o anseio de utilização da ferramenta Cooperativismo como forma de sustentar ou diminuir a ineficiência do sistema capitalista, que nas palavras de Churchill é o pior dos regimes, excluindo todos os outros.

Cabe aqui, como coordenador do projeto, agradecer a parceria da Confederação Brasileira das Cooperativas de Crédito (Confebras) e da Organização das Cooperativas Brasileiras do Estado do Rio de Janeiro (OCB/RJ), no apoio e elaboração deste trabalho, que será distribuído aos atores integrantes da Academia Alemã das Cooperativas de Crédito e da Confederação Alemã de Cooperativas DGRV, e também, em futuro próximo, em nosso País.

Embora este esforço trate predominantemente de casos e situações brasileiras, os órgãos e atores envolvidos o entenderam como mecanismo para estreitamento de laços e estabelecimento de pontes, que são, em sua essência, a verdadeira razão da cooperação. É indispensável agradecer ao esforço dos autores, pois estes capítulos são originalmente trabalhos de conclusão de cursos de graduação e pós-graduação de universidades brasileiras. O capítulo cinco é adaptado de um trabalho da Fundação Getúlio Vargas (FGV), e os remanescentes de egressos da Universidade Severino Sombra (USS). Embora os trabalhos tenham sido feitos com o máximo de isenção possível, reconheço que o interesse pelo tema **Cooperativismo** contamina e gera tendências, como o princípio quântico que diz que “a observação do fenômeno interfere no fenômeno observado”. Apesar

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

disso, reconheço que o máximo possível de isenção foi aplicado a essa obra e, como coordenador, agradeço o esforço e paciência dos autores, patrocinadores e colaboradores, que contribuíram para a sua consecução, e declaro a impossibilidade de citá-los e homenageá-los nominalmente, por limitação de espaço e possíveis lapsos de memória.

Saudações cooperativistas,

O Autor

SUMÁRIO

COOPERATIVISMO COMO VANTAGEM COMPETITIVA: UMA ANÁLISE ENTRE AS SOCIEDADES COOPERATIVAS E OS BANCOS COMERCIAIS.....	15
<i>Ana Carolina Calegari Lopes da Silva</i>	
<i>Ana Paula Ferreira da Costa</i>	
<i>Marcio Nami</i>	
EVOLUÇÃO HISTÓRICA E OPERACIONAL DE UMA COOPERATIVA OCTOGENÁRIA	35
<i>Agostinho da Silva Pereira</i>	
<i>Marcio Nami</i>	
DIVERSIFICAÇÃO DO MIX DE PRODUTOS COMO FORMA DE ALAVANCAGEM SOCIAL	51
<i>Ana Lúcia de Almeida</i>	
<i>Marcio Nami</i>	
COMÉRCIO ELETRÔNICO E SEUS IMPACTOS NA COOPERAÇÃO	83
<i>Samantha Janini Corrêa</i>	
<i>Marcio Nami</i>	
NÚCLEO DE PENSAMENTO COOPERATIVISTA UMA VISÃO DE FUTURO	129
<i>Carlos José de Freitas</i>	
<i>Luís Eduardo Pereira Ramos</i>	
<i>Rosângela Pimentel Galhardo da Silva</i>	

PREENCHENDO AS LACUNAS DO CAPITALISMO	
- COOPERAÇÃO COMO ALTERNATIVA	157
<i>Ilza se Souza Costa</i>	
<i>Marcio Nami</i>	

**COOPERATIVISMO COMO VANTAGEM
COMPETITIVA: UMA ANÁLISE ENTRE AS
SOCIEDADES COOPERATIVAS E OS BANCOS
COMERCIAIS**

Ana Carolina Calegari Lopes da Silva

Ana Paula Ferreira da Costa

Marcio Nami

COOPERATIVISMO COMO VANTAGEM COMPETITIVA: UMA ANÁLISE ENTRE AS SOCIEDADES COOPERATIVAS E OS BANCOS COMERCIAIS

Ana Carolina Calegaro Lopes da Silva

Ana Paula Ferreira da Costa

Marcio Nami

Dentro do atual cenário em que os mercados estão inseridos, o fenômeno da globalização proporcionou maior acesso do consumidor a novos produtos e serviços. Isso gerou uma maior necessidade de crédito, e assim uma maior competitividade no mercado financeiro.

A necessidade de acesso ao crédito vem desde a antiguidade, onde já se buscava formas de adquirir produtos e serviços. Com o surgimento da moeda, surgiram também os primeiros bancos.

A Revolução Industrial foi o fato que impulsionou o surgimento das primeiras cooperativas, que eram de consumo, no objetivo de suprir suas necessidades e fugir da exploração da mão-de-obra. Com base nessas cooperativas, o italiano Luigi Luzzatti fundou a primeira cooperativa de crédito, no ano de 1865, com o objetivo de ofertar crédito mais barato que os bancos da época.

Atualmente, enquanto os bancos, em sua maioria, visam ao final de cada exercício lucros exponenciais em seus balanços, as cooperativas de crédito seguem, apresentam modestas sobras, porém, não deixam de oferecer a seus associados produtos e serviços similares aos bancários, com preços e tarifas altamente competitivos.

O presente artigo visa comparar essas duas formas societárias, cooperativas de crédito e bancos, em contrapartida ao fenômeno que potencializa esses reflexos: a globalização.

Surgimentos dos bancos e das cooperativas

Desde a antiguidade, várias formas de cooperação foram experimentadas entre os homens. O Cooperativismo moderno, no entanto, na forma como hoje são conhecidas as sociedades cooperativas, iniciou-se em 1844, na cidade inglesa de Rochdale – Manchester, quando 28 tecelões fundaram uma cooperativa de consumo, com o objetivo de se contrapor à exploração de mão-de-obra durante a revolução industrial. O Cooperativismo se desenvolveu de forma extraordinária em todo o mundo.

Pinho (1982, p. 8) diz que:

“A cooperação, quando organizada segundo estatutos previamente estabelecidos, dá origem a determinados grupos sociais. Dentre tais grupos, as cooperativas representam aqueles que visam, em primeiro lugar, fins econômicos e educativos.”

Etimologicamente cooperação (do verbo latino *cooperari*, de *cum* e *operari* = operar junto com alguém) significa a prestação de auxílio para um fim comum. E Cooperativismo é a doutrina que visa à renovação social através da cooperação. É uma forma de integração social e pode ser entendida como ação conjugada, em que pessoas se unem, de modo formal ou informal, para alcançar o mesmo objetivo.

Inicialmente, o movimento cooperativista estava subordinado a diversas correntes ideológicas, defendidas por intelectuais que influenciavam o pensamento da época, que encontravam no Cooperativismo uma saída para os impasses gerados pelo capitalismo nascente.

O processo de formação de cooperativas, como uma alternativa para melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores, foi duramente criticado por Marx e seus seguidores, que consideravam os seus pensadores como socialistas utópicos, pois não levam em conta a contradição básica da luta de classe. Para os marxistas, as relações sociais são condicionadas pelos fatores econômicos, e as transações sociais e políticas têm suas raízes nas transformações operadas no modo de produção e de troca. Daí decorre que as relações humanas são determinadas, no sistema capitalista, pela contradição entre a produção social e a apropriação capitalista. Trata-se, pois, de uma contradição infraestrutural entre o capital e o trabalho, que não poderia ser solucionada simplesmente através da constituição de cooperativas, posto que estariam imersas neste mesmo sistema, e não poderiam dele libertar-se.

Em 1847, Friedrich Wilhelm Raiffeisen, natural da Remânia, fundou no povoado de Weyerbusch/Westerwald a primeira associação de apoio para a população rural que, embora não fosse ainda uma cooperativa, serviria de modelo para a futura atividade cooperativista de Raiffeisen. A primeira cooperativa, fundada por ele em 1864, chamava-se Heddesdorfer Darlehnskassenverein (Associação de Caixas de Empréstimos de Heddesdorfer).

As cooperativas fundadas por Raiffeisen, tipicamente rurais, tinham como principais características a responsabilidade ilimitada e solidária dos associados, a singularidade de votos dos sócios, independente do número de quotas-partes, a área de atuação restrita, a ausência de capital social e a não-distribuição de sobras, excedentes ou dividendos. Ainda hoje esse tipo de cooperativa é bastante popular na Alemanha.

Herman Schulze foi pioneiro no que tange às cooperativas de crédito urbanas. Em 1856, organizou sua primeira “associação de dinheiro antecipado”, uma cooperativa de crédito na cidade alemã de Delitzsch. As cooperativas fundadas por Herman Schulze passariam a ser conhecidas como “cooperativas do tipo Schulze-

delitzsch”, atualmente conhecidas na Alemanha como bancos populares. Diferenciavam-se das cooperativas do tipo Raiffeisen por preverem o retorno das sobras líquidas proporcionalmente ao capital, por terem área de ativação não-restrita e por remunerarem seus dirigentes.

Inspirado nos pioneiros alemães, o italiano Luigi Luzzatti organizou, em 1866, em Milão, a constituição da primeira cooperativa, cujo modelo herdaria seu nome, a do tipo Luzzatti. As cooperativas criadas com essa denominação têm como principais características a não-exigência de vínculo para a associação, exceto algum limite geográfico (bairro, município etc.), quadras de capital de pequeno valor, concessão de crédito de pequeno valor sem garantias reais, não-remuneração dos dirigentes e responsabilidade limitada ao valor do capital subscrito.

Nas Américas, o jornalista Alphonse Desjardins idealizou a constituição de uma cooperativa com características distintas, embora inspiradas nos modelos preconizados por Raiffeisen, Schutze-Delitzsche e Luzzatti. A primeira cooperativa formada por Desjardins foi na província canadense de Quebec, em 6 de Dezembro de 1900. Esse tipo de cooperativa, que no Brasil, hoje, é conhecida como “cooperativa de crédito mútuo”, tem como principal característica a existência de algum vínculo entre os sócios, e reúne grupos homogêneos como os de clubes, trabalhadores de uma mesma fábrica, servidores públicos e outros.

Segundo Luiz Dias Thenório Filho (1999), o Cooperativismo de Crédito no Brasil nasceu no estado do Rio Grande do Sul, em 28 de dezembro de 1902, quase meio século depois da sua aplicação prática na Inglaterra.

Com a chegada ao Brasil do Padre jesuíta Theodor Amstadt, o Cooperativismo de Crédito foi se introduzindo por meio do seu trabalho, que, percorrendo a região de colonização alemã do Rio Grande do Sul, levava junto com seu trabalho missionário a doutrina cooperativista. A primeira cooperativa de crédito surgiu no

município de Nova Petrópolis (RS), em 1902, baseada no modelo agrícola alemão. A partir dessa iniciativa, o movimento de crédito rural tomou força e se expandiu por todo o país, com destaque para o estado gaúcho que, inclusive, chegou a organizar uma central responsável pela monitoração de todas as singulares. Paralelamente, observou-se também o desenvolvimento, sobretudo nas regiões Sul e Sudeste do país, das cooperativas do tipo Luzzatti, chamadas assim aquelas sociedades baseadas no modelo italiano de crédito cooperativo, que tinham como principal característica a aceitação de todas as categorias econômicas em seu quadro social.

Em linhas gerais, as cooperativas de crédito são consideradas organizações que não visam ao lucro, constituídas para prestar serviços financeiros aos associados, como a concessão de crédito, captação de depósitos à vista e a prazo, cheques, prestação de serviços de cobrança, de custódia, de recebimentos e pagamentos por conta de terceiros, além de outras operações.

A seguir, trecho da Conferência proferida na Associação dos Agricultores por Theodor Amstadt, em Feliz (RS), fevereiro de 1900.

“Com a carroça cheia e as animálias (animal de carga) carregadas do futuro de seu pesado trabalho e do resultado de muito suor, o colono se dirige à casa comercial, mas as bugangas estrangeiras, que recebe em troca, para levar para casa, ele facilmente pode colocar debaixo do braço...

Por isso a queixa, que hoje se ouve com frequência.

Pelas nossas coisas nada recebemos, porém pelo que compramos devemos pagar o valor duplo ou triplo!

Assim estarei de acordo contigo, se eu vos digo:

A dependência econômica, na qual atualmente nos encontramos em relação a outros países, é na verdade uma nova escravidão, que está ameaçando nosso país.

Como foi ponto de honra abolir a antiga escravatura, assim agora para o verdadeiro brasileiro constituiu uma questão de brio afastar com mão firme esta nova escravatura do nosso Brasil.

Devemos produzir mais, para exportar mais e importar menos, senão nos endividaremos sempre mais. Prefiramos produtos nacionais aos estrangeiros.

Se uma grande pedra se atravessa no caminho e 20 pessoas querem passar, não o conseguirão, se um por um a procura remover individualmente.

Mas se as 20 pessoas se unem e fazem força ao mesmo tempo, sob a orientação de um deles, conseguirão solidariamente afastar a pedra e abrir o caminho para todos.”

Existem relatos de sistemas financeiros desde a antiguidade, onde os povos fenícios já utilizavam várias formas diferentes de realizar pagamentos, como documentos de créditos.

Na medida em que ocorreu o surgimento da moeda, no período das grandes civilizações, começaram a surgir pessoas que ofereciam serviços bancários, porém esses serviços eram bastante pequenos e restritos, sendo inclusive vistos de forma negativa pela sociedade da época. Com a expansão do comércio no fim da Idade Média, a função passa a transformar-se em trabalho formal e imprescindível para a sociedade. Nas feiras da Europa Central, quando as pessoas chegavam com valores em ouro para trocar por outro produto, era o banqueiro que fazia a pesagem das moedas, avaliação da autenticidade e qualidade dos metais, em troca de uma comissão.

Mas foi no século XVII que os bancos se firmaram, com o lançamento do dinheiro de papel (papel-moeda) pelo Banco de Estocolmo.

Nesta época, vários países europeus começaram a produzir sua própria moeda.

Outros tipos de bancos surgiram, a partir do século XIX, quando o progresso econômico, provocado pela Revolução Industrial, ajudou na criação do banco industrial, cuja função era de mobilizar grandes somas de dinheiro para auxiliar o desenvolvimento industrial.

Atualmente, os bancos são regulados pelo Banco Central de cada país. O Banco Central possui a função de emitir dinheiro, capturar recursos financeiros e regular os bancos comerciais e industriais, assim ele estabelece regras e controla o sistema financeiro geral de cada país.

Atividades bancárias como a custódia de meios de pagamento e os pagamentos a distância mediante transferência, nos quais a entrega de um documento de crédito de determinada importância permitia sua cobrança em outra localidade, já eram comuns entre os povos que mantinham comércio no Mediterrâneo. As práticas bancárias eram de praxe na Fenícia, no Egito, na Grécia e em Roma. Na baixa Idade Média, as repúblicas mercantis italianas generalizaram a figura do prestamista como um elemento-chave do comércio local e regional.

No Renascimento, apareceu a letra de câmbio, documento que não só permitia a cobrança de seu próprio valor, mas também podia ser utilizado como forma de pagamento. Foi então que teve início a concessão de créditos, isto é, empréstimos que o banco podia cobrar após um prazo estipulado.

Posteriormente começou a emissão de papel-moeda, lançado pela primeira vez em 1661 pelo Banco de Estocolmo. Essa prática foi imitada por todos os países da Europa. Enquanto o sistema continental europeu usava o método de “giro”, pelo qual as transferências de pagamento se efetuavam mediante ordens escritas debitadas na conta do pagador e creditadas na do recebedor, a Grã-Bretanha preferiu o cheque como forma de pagamento. Os dois sistemas se distinguiam por ser o cheque um agente mais rápido na criação de dinheiro bancário, proporcionando assim mais eficiência operacional à economia britânica.

A Revolução Industrial fez surgir um novo tipo de banco, que dinamizou suas operações para adaptar-se ao progresso econômico. No século XIX, os irmãos Péreire fundaram na França o Crédit Mobilier, primeiro banco industrial do mundo. Suas inovações consistiram principalmente em mobilizar vultosos capitais para o desenvolvimento industrial, e assumir funções empresariais onde elas fossem imprescindíveis.

A origem dos bancos centrais, ou emissores, cuja finalidade é proporcionar ao país o dinheiro necessário, e controlar a capacidade de crédito dos bancos comerciais e industriais, remonta às medidas adotadas pelo governo britânico para enfrentar as crises financeiras do século XIX.

A partir de então, esse tipo de banco se disseminou pela maioria dos países. Além de emitir dinheiro, suas funções são as de banqueiro do Estado, assessor financeiro do governo, guarda e custódia do ouro e das reservas internacionais e execução política monetária do Estado.

Desde fins da década de 1970, ocorreram mudanças revolucionárias nos mercados financeiros internacionais, devido à maior disponibilidade de informações e à rapidez com que elas chegavam aos investidores. Isso fez aumentar a participação de novos intermediários financeiros, e assim os bancos viram diminuir o espaço econômico que tradicionalmente lhes era reservado. A informatização veio permitir uma grande rapidez nas operações de pagamento, cobrança e investimentos entre os pontos mais distantes do planeta, e anulou, em parte, as vantagens tradicionais de uma grande rede bancária.

Principais diferenças entre as cooperativas e os bancos

As cooperativas de crédito possuem enormes diferenças se comparadas aos bancos comerciais. O associado pode perceber isso quando se associa ou realiza alguma operação.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

A principal diferença entre essas duas instituições diz respeito ao fato de que os bancos são sociedades de capital, ao passo que as cooperativas são sociedades de pessoas. Isso é sem dúvida o ponto de partida para as demais diferenças existentes entre as mesmas.

Principais diferenças entre as cooperativas e os bancos

BANCOS	COOPERATIVAS DE CRÉDITO
São sociedades de capital	São sociedades de pessoas
O poder é exercido na proporção do número de ações	As decisões têm peso igual para todos: uma pessoa, um voto
As deliberações são concentradas	As decisões são partilhadas entre muitos
O administrador é um terceiro (homem de mercado)	O administrador é do meio (cooperativado)
O usuário de operações é mero cliente	O usuário é o próprio dono (cooperativado)
O usuário não exerce qualquer influência no preço dos produtos	O usuário é o próprio dono (cooperativado), toda a política operacional é decidida pelos cooperativados
Podem tratar distintamente cada usuário	Não podem distinguir: o que vale para um, vale para todos (Lei 5.764/71)
Avançam pela competição	Desenvolvem-se pela cooperação
Visam o lucro por excelência	O lucro está fora de seu objeto (art. 3 da Lei 5.764/71)
O resultado é de poucos donos (nada é dividido com o cliente)	O excedente (sobras) é distribuído entre todos os usuários na proporção das operações individuais, de modo que é reduzido ao máximo o preço pago pelos cooperativados
São reguladas pela lei das sociedades anônimas	São reguladas pela lei cooperativista

Fonte: Meinen *et al* (2002, 56)

O objetivo de uma cooperativa de crédito é desenvolver programas de assistência financeira e de prestação de serviços aos cooperados, com a finalidade de oferecer adequado atendimento às suas necessidades de crédito, de maneira a contribuir para torná-los independentes de outras instituições financeiras públicas e privadas.

Conforme dispõe a norma legal específica, trata-se de sociedade de pessoas com forma e natureza jurídica própria, de natureza civil, não sujeita a falência, constituída para prestar serviços aos associados.

Vantagem competitiva das sociedades cooperativas

Vantagem competitiva surge fundamentalmente do valor que uma determinada empresa consegue criar para os seus clientes, e que ultrapassa os custos de produção. O termo valor aqui aplicado representa aquilo que os clientes estão dispostos a pagar pelo produto ou serviço; um valor superior resulta da oferta de um produto ou serviço com características percebidas idênticas aos da concorrência, mas por um preço mais baixo, ou, alternativamente, da oferta de um produto ou serviço com benefícios superiores aos da concorrência, que mais do que compensam um preço mais elevado.

Desde 1902, as cooperativas de crédito manifestam sua importância junto ao meio econômico do Brasil, na medida em que promovem a aplicação de seus recursos em favor da própria comunidade onde estão localizadas.

Com seu foco voltado para o social, as cooperativas tendem a buscar o equilíbrio entre a situação econômica e a social. As cooperativas de crédito são estruturas constituídas de forma democrática, baseadas nas necessidades de serviços e produtos financeiros das pessoas, sendo que os benefícios gerados deverão, necessariamente, retornar para seus sócios.

Mesmo tendo um papel fundamental para o desenvolvimento de diversas comunidades e regiões do país, o Cooperativismo

de Crédito ainda possui uma participação muito tímida em relação ao sistema financeiro nacional. De acordo com dados da Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), as cooperativas respondem por menos de 3% do mercado financeiro comercial, e a maioria delas está presente em municípios onde os bancos privados não chegam, porém, o próprio governo federal, sabendo da importância do Cooperativismo de Crédito para a inclusão social, o combate à concentração de renda e o acesso ao crédito, tem manifestado seu apoio ao setor. Com a mudança da legislação realizada pelo Banco Central em 2003, as cooperativas ganharam mais corpo e pretendem se expandir no país. Entre as mudanças está a possibilidade de criar cooperativas de livre adesão, o que na prática significa que qualquer pessoa ou empresa, independente da atividade, pode se unir a uma dessas instituições.

As cooperativas de crédito têm como objetivo o atendimento às demandas de serviços financeiros, que suportam as necessidades de crédito e poupança de seus associados; embora haja foco no financeiro, há de se evidenciar que, qualquer que seja a cooperativa, ela está embasada no social, logo, pressupõe-se que em sua gestão haja meta e equilíbrio entre o econômico e o social. Isso se torna claro quando se refere a alguns princípios, como é o caso do interesse pela comunidade, formação, informação e educação.

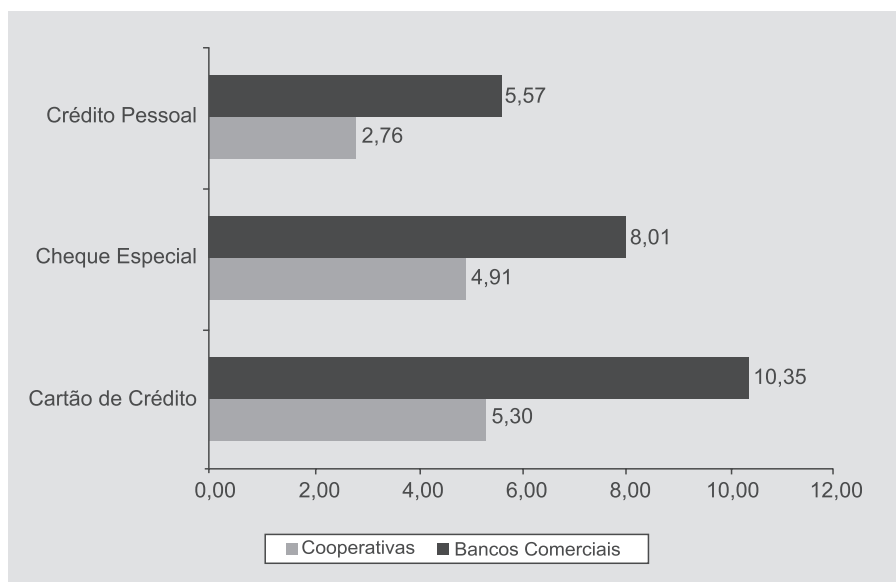
Outra das características do perfil das cooperativas de crédito é a pulverização, onde os empréstimos, praticamente 56% dos contratos liberados pelas cooperativas, ficam na faixa de valores até R\$ 3.000,00, e beneficiam pequenos empreendedores, em diversos municípios brasileiros. Apesar de nos últimos tempos o mercado estampar um forte apelo para a oferta de crédito, as cooperativas, pela sua grande função social, fundamentada em suas características, possuem uma relação de estreito contato com os seus associados, o que lhes confere a privilegiada condição de verificar a adequada necessidade deles dos recursos e

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

serviços financeiros, assim como sua realidade e capacidade de pagamento, portanto lhes oferece crédito de forma orientada e produtiva. Essas ações permitem que as cooperativas apresentem níveis muito baixos de inadimplência, afinal, o empreendimento é do próprio sócio.

Outro dado relevante é o impacto financeiro que o Cooperativismo de Crédito gera para a sociedade brasileira. No gráfico abaixo, percebe-se a diferença de juros médios cobrados entre as cooperativas de crédito e os bancos comerciais das principais fontes de empréstimos demandados pela população. São eles o cartão de crédito, o cheque especial e o crédito pessoal.



Fonte: OCB (2007)

Tomando como fonte taxas e informações do Banco Central do Brasil, verificou-se que no cartão de crédito a diferença de juros chegou a 5,05% ao mês, no cheque especial, a 3,10% ao mês, e no crédito pessoal, a 2,81% ao mês.

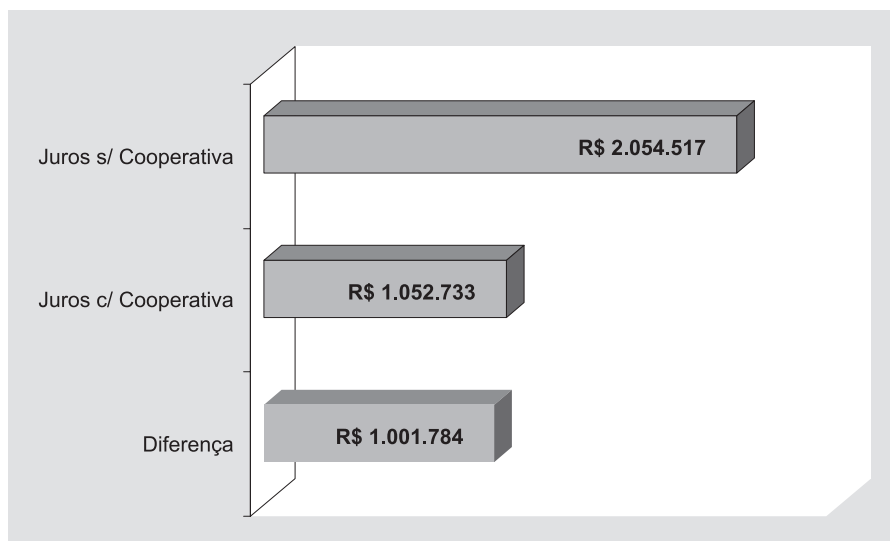
Simulação de um comparativo entre os juros que seriam cobrados aos associados de cooperativas de crédito, se as mesmas não existissem, e essas pessoas tivessem que recorrer aos bancos para tomar os mesmos créditos. Em cartão de crédito, as cooperativas possuíam emprestado um montante de mais de R\$19 milhões. Os associados pagaram às cooperativas juros na ordem de R\$1,052 milhões. O mesmo montante nos bancos resultaria em R\$ 2,054 milhões de juros, logo, uma diferença de R\$1,001 milhão, em um mês.

Montante Emprestado em Cartão de Crédito: R\$19.850.408,00

Taxas – Juros c/ Coop.: 5,30% a.m.

Juros s/ Coop.: 10,35% a.m.

Simulação X Juros pagos = Diferença



Fonte: OCB (2007)

No cheque especial, as cooperativas possuíam emprestado aos seus associados um montante de mais de R\$ 508 milhões. Os associados pagaram às cooperativas juros na casa de

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

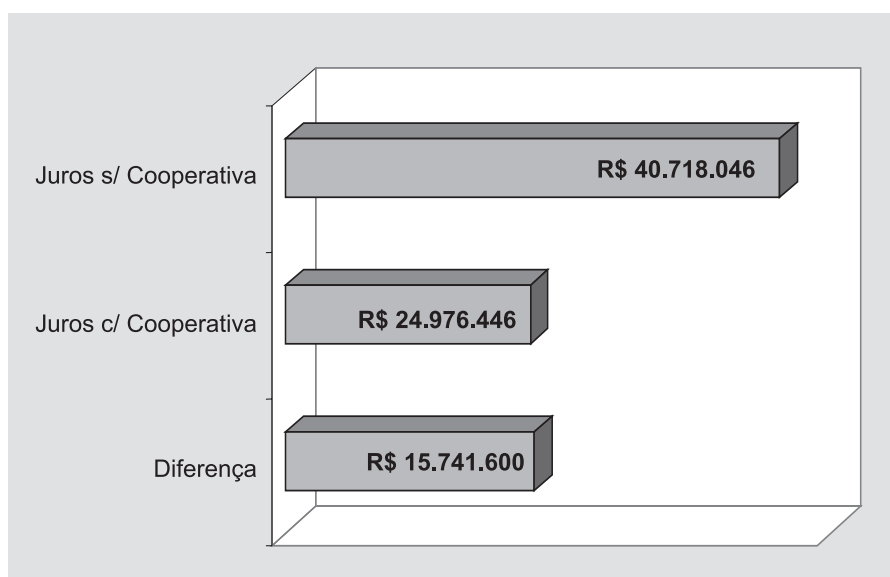
R\$ 24,976 milhões. Se não existissem as cooperativas, e os associados precisassem tomar esses valores nos bancos, eles pagariam juros na ordem de R\$40,718 milhões, desta forma, uma diferença de R\$15,741 milhões, em um mês.

Montante emprestado em cheque especial: R\$ 508.340.144,00

Taxas – juros c/ cooperativa: 4,91% a.m.

Juros s/ cooperativa: 8,01% a.m.

Simulação X Juros pagos = Diferença



Fonte: OCB (2007)

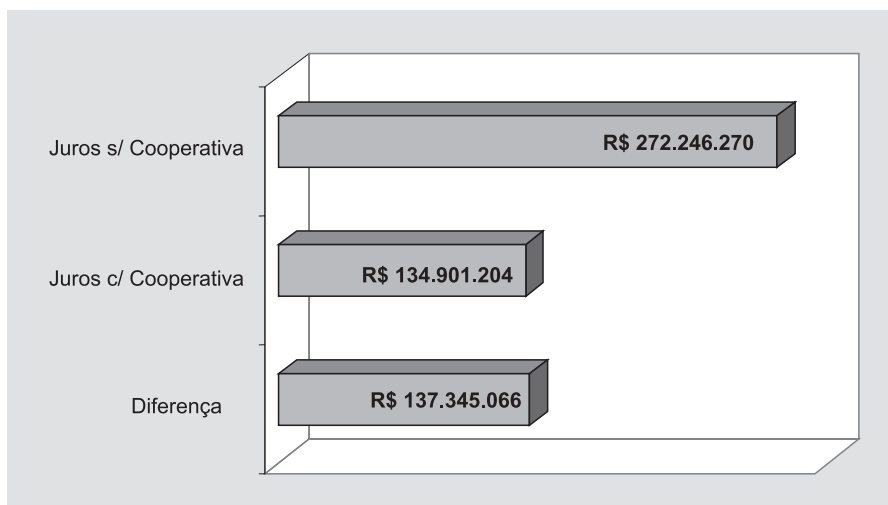
Com relação ao crédito pessoal, as cooperativas tinham emprestado a seus associados um montante de R\$4,887 bilhões. Sendo assim, se as cooperativas não emprestassem esses recursos a eles, os mesmos teriam que contratá-los junto aos bancos, e pagariam juros, ao invés dos R\$134,9 milhões às cooperativas, de R\$272,2 milhões aos bancos. Isto remete a uma diferença de R\$137,3 milhões, em um mês.

Montante emprestado em crédito pessoal: R\$4.887.724.769,00

Taxas – juros c/ cooperativa: 2,76 % a.m.

Juros s/ cooperativa: 5,57% a.m.

Simulação X Juros pagos = Diferença



Fonte: OCB (2007)

Com a análise desses três produtos, podemos concluir que a principal bandeira do Cooperativismo, que é gerar riqueza na própria comunidade, se refletiu de forma bastante clara, ao passo que fica evidente uma considerável redução de juros cobrados em relação aos bancos, que chegou a mais de R\$ 154 milhões, em apenas um mês. Deve-se considerar que este valor foi economizado pelos associados, que foram atendidos em sua necessidade de produtos financeiros, e ainda puderam pagar bem menos por isso. O dinheiro economizado, que equivale a R\$ 154 milhões, será utilizado em empreendimentos, consumo e poupança, a gerar mais divisas e desenvolvimento para a sociedade brasileira.

A participação das cooperativas de crédito hoje oscila em torno de 3% no Sistema Financeiro Nacional, segundo dados do Banco Central do Brasil, e mesmo com esta pequena participação consegue beneficiar milhares de brasileiros, em várias comunidades do interior e dos grandes centros do país. Caso elas tivessem uma participação maior, certamente os benefícios seriam proporcionais; apenas para constatação, a participação dos bancos estrangeiros no Sistema Financeiro do país supera os 20%.

A realidade do Brasil é bem diferente da que se encontra em países desenvolvidos. Nesses países, o papel dos bancos cooperativos é fundamental. No continente europeu, atinge cerca de 130 milhões de clientes, 700 mil empregos, 60 mil agências e 17% dos depósitos financeiros, com destaques para a França, Holanda, Espanha e Alemanha. Nos Estados Unidos, a *performance* do Cooperativismo de Crédito também impressiona pelos seus números, pois são mais de 85 milhões de associados, 661 bilhões de dólares de ativos, 423 bilhões de dólares de empréstimos e mais de 570 bilhões de dólares de depósitos.

No atual cenário em que vivemos, o fenômeno conhecido como "globalização" (nome genérico dado às transformações ocorridas mundialmente no período recente nos campos comercial, produtivo e financeiro, que visa a valorização do mercado e menor participação do Estado) se faz cada vez mais presente em nosso dia-a-dia, principalmente no que tange ao mercado financeiro, que saiu das mãos dos bancos e deu mais poder de fogo aos especuladores. A globalização possui ramificações industriais, de prestação de serviços, comerciais ou financeiras, graças à queda do custo da comunicação e às novas tecnologias de troca de dados. Do ponto de vista tecnológico, a velocidade da informação, o barateamento e confiabilidade são as principais características da globalização.

O desemprego é um drama dos países mais pobres, que perdem com a desvalorização das matérias-primas, que ex-

portam, e o atraso tecnológico. A globalização não beneficia a todos de maneira uniforme. Uns ganham muito, outros ganham menos, outros perdem. Exigem-se menores custos de produção e maior tecnologia. A mão-de-obra menos qualificada é descartada. A globalização concentra renda, os países ricos ficam mais ricos, e os pobres, mais pobres. Os motivos são diversos. Entre eles, subsídios dos produtos agrícolas nos países ricos inviabilizam os pobres, além de outros motivos também econômicos.

Diante do cenário econômico altamente globalizado, as cooperativas demonstram que têm capacidade de competir com os bancos comerciais.

No que se refere a vantagem competitiva, as cooperativas se destacam, pois seu foco está no capital humano, no lado social de unir as pessoas – com a intenção de atingir um único objetivo. Como as cooperativas não têm o objetivo de ter lucro no final do exercício, e sim as sobras, que são rateadas proporcionalmente para cada associado que aplicou, isso faz com que elas possuam taxas mais competitivas do que as de um banco comercial. As cooperativas têm a possibilidade de oferecer crédito mais barato para o povo, para atender as suas necessidades, de forma a proporcionar o seu crescimento.

Finalmente, parafraseando Friedman (2005), devido ao aumento exponencial da velocidade das informações, seguido de uma constante capacidade de assimilação por parte dos atores envolvidos, a globalização se torna o divisor de águas para a propagação de inúmeros conceitos e ideias.

Por extensão, entendemos que tal estado da arte é fundamental para a difusão, compreensão e assimilação dos princípios e preceitos cooperativistas, o que faz com que os mesmos cheguem a todas as camadas da população em um tempo antes improvável, mesmo inimaginável.

Referências Bibliográficas

AKTOUF, O. *Pós-Globalização, Administração e Racionalidade Econômica*. Editora Atlas, 2004.

Cartilha do Curso Básico de Cooperativismo. SESCOOP/DF, p.08, 2007.

FILHO, L. D. T. *Pelos Caminhos do Cooperativismo com Destino ao Crédito Mútuo*. 1ª ed., Editora Confedbras, 1999.

FRIEDMAN, T. L. *O Mundo é Plano, uma breve história do Século XXI*. Editora Objetiva, 2005.

GONÇALVES, L. S. M. *Cooperativa de Crédito Luzzatti de Mendes - História, Gestão e Modelo de Livre Adesão. Resistência Pacífica, União e Vitória*. Ed. Confedbras, 2005.

MEINEM, E. *Aspectos Jurídicos do Cooperativismo*. Editora Confedbras, 2002.

PINHEIRO, M. A. H. *Cooperativismo de Crédito, História da Evolução Normativa no Brasil*. 5ª ed., Banco Central, 2007.

www.bcb.gov.br. Acessado em 15/10/2008.

www.brasilcooperativo.coop.br. Acessado em 08/10/2008.

www.ocb.org.br. Acessado em 15/10/2008.

**EVOLUÇÃO HISTÓRICA E OPERACIONAL
DE UMA COOPERATIVA OCTOGENÁRIA**

Agostinho da Silva Pereira
Marcio Nami

EVOLUÇÃO HISTÓRICA E OPERACIONAL DE UMA COOPERATIVA OCTOGENÁRIA

Agostinho da Silva Pereira
Marcio Nami

As cooperativas de crédito foram criadas com o objetivo de fornecer aos seus associados os recursos necessários ao desenvolvimento de suas atividades a juros mais baixos, com vantagens de ajuda mútua. A sociedade passa por transformações constantes de cunho social, político e econômico em função do processo de globalização. Este trabalho tem por objetivo retratar a influência do Cooperativismo nas primeiras cooperativas e nas cooperativas de crédito. Após a contextualização histórica e estrutural, é realizada uma análise da evolução tecnológica pela qual a Cremendes vem se transformando.

O termo cooperativa possui várias definições na literatura especializada, que variam conforme a época e o viés doutrinário em que foram elaboradas. Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade coletiva e democraticamente gerido.

Segundo Gonçalves (p. 17), a Cremendes, “resistindo e vencendo os percalços impostos propositadamente ou não, sobrevive até os dias atuais, cada vez mais atuante, vencedora, moderna e, acima de tudo, respeitadora dos princípios que regem o Cooperativismo, na mais perfeita harmonia com a solidariedade humana”.

“Modelo, há quase um século em nosso país, as Cooperativas de Crédito Luzzatti vêm contribuindo, significativamente,

para as melhores condições econômicas e sociais de seus associados. Abertas à população dos municípios e dos arredores onde se situam, elas cumprem missão social de facilitar o crédito em condições muito melhores do que as de mercado. Inseridas na filosofia cooperativista, praticam a socialização do dinheiro, com atendimento verdadeiramente humano, analisando caso a caso, com a urgência que merece cada associado – que é, no Cooperativismo de Crédito, cliente e dono da cooperativa, ao mesmo tempo. Visam, essencialmente, ao bem comum, jamais ao lucro do empreendimento.” (Gonçalves, p. 32)

As cooperativas de crédito no Brasil

“Segundo Luiz Dias Thenório Filho (1999), o Cooperativismo de Crédito no Brasil nasceu no Estado do Rio Grande do Sul, em 28 de dezembro de 1902, quase meio século depois da sua aplicação prática na Inglaterra.” (SILVA, COSTA e NAMI)

De acordo com SILVA, COSTA e NAMI, “a primeira cooperativa de crédito surgiu no município de Nova Petrópolis (RS), em 1902, baseada no modelo agrícola alemão. A partir dessa iniciativa, o movimento de crédito rural tomou força e se expandiu por todo o país, com destaque para o estado gaúcho (...). Paralelamente, observou-se também o desenvolvimento, sobretudo nas regiões Sul e Sudeste do país, das cooperativas do tipo Luzzatti (...) que tinham como principal característica a aceitação de todas as categorias econômicas em seu quadro social.”

Segundo NAMI (p. 24 e 25), “na cooperativa de crédito, o poder de decidir é pessoal de cada sócio, tendo cada um direito a um voto, independente do volume de capital que detenha. A falência não as atinge; podem apenas sofrer um processo de liquidação, uma vez que não vivem em função do lucro, mas sim de servir seus cooperados”.

“O objetivo de uma cooperativa de crédito é desenvolver programas de assistência financeira e de prestação de serviços aos cooperados, com a finalidade de oferecer adequado atendimento

às suas necessidades de crédito, contribuindo para torná-los independentes de outras instituições financeiras públicas e privadas.” (SILVA, COSTA e NAMI)

Segundo NAMI e BOAS, “as cooperativas de crédito se dividem em três principais tipos: ocupacional, associacional e residencial, dentro da primeira categoria temos os empregados de unidades industriais, trabalhadores de ferrovias, funcionários públicos... O segundo grupo inclui membros de organizações fraternais específicas, sindicatos, associações de produtores agrícolas e similares. E há finalmente as pequenas cooperativas de crédito circunscritas aos residentes em pequenas comunidades e nas vizinhanças de lugares maiores. No Brasil as cooperativas destinadas às pequenas comunidades não podem ser criadas nos dias atuais, existiu inclusive no ano de 1999 a resolução número 2.608 do Banco Central do Brasil determinando o fechamento das existentes, após efetuado um movimento nacional o quadro foi parcialmente revertido, pois, embora a proibição da criação de novas cooperativas abertas ao público – as chamadas Luzzatti –, foi autorizada a manutenção das mesmas.”

As cooperativas centrais, com maior vigilância do Banco Central, têm obrigação de fiscalizar as singulares a elas vinculadas. Segundo avaliação do Banco Central, houve progresso prudencial na concessão de créditos após a adoção de maior rigidez nas normas de auditoria, controle interno e prestação de informações. (NAMI e BOAS).

Cooperativa de Crédito de Mendes – visão geral

A Cremendes é considerada pela própria população de Mendes um patrimônio da cidade. Após 81 anos de atividades ininterruptas, ultrapassando uma Guerra Mundial e todos os planos

econômicos do Brasil, a Cooperativa de Crédito tinha em dezembro de 2010 um total de 2.180 associados.



Homenagem feita pela população à Cremendes. Fonte: CREMENDES

Mendes possui uma população de 17.892 habitantes, segundo o Censo 2010 do IBGE, que mesmo não sendo associados à Cremendes, de alguma forma utilizam os seus serviços.

Para NAMI e BOAS, “veio cumprindo sua função social ao longo dos anos fomentando a região com: crédito imobiliário, crédito agrícola, crédito hipotecário e outras linhas disponíveis e oportunas, de acordo com o capital e legislação vigente. Ela funciona ininterruptamente desde sua fundação, sempre apresentando fechamentos positivos de balanço, com distribuição de sobras líquidas (fonte conselho de administração), (...) a cooperativa vem operando com modesta capacidade, mas sempre assistindo aos anseios básicos da comunidade.”

“Esta Cooperativa de Crédito faz parte de um pequeno grupo remanescente (...), que sobreviveram à devassa feita pelo

Banco Central do Brasil, entre 1966 e 1967, cassando Autorização de Funcionamento e, conseqüentemente, decretando o encerramento de suas atividades. (...) esta massacrante fiscalização, apoiada no regime totalitário da época, criou dentro do Banco Central do Brasil uma cultura anti-cooperativista contra os sistemas Luzzatti e Raiffeisen, já proibida sua constituição, desde os fins de 1962. (...) Cooperativa de Crédito de Mendes, que correta no seu funcionamento superou todas as crises e dificuldades criadas pelo poder público e continuou incólume na sua trajetória.

(...) Resolução 2.608 de 27 de maio de 1999, as Cooperativas de Crédito tipo Luzzatti ficaram na ‘mira de fogo’, cumprindo um indesejado ‘aviso prévio’, já que lhes foi concedido o prazo de 02 anos para se transformarem em CRÉDITO MÚTUO (...), em fins de 1999, em Mendes – RJ, realizamos uma memorável assembleia combatendo a inoportuna Resolução 2.608.” (Gonçalves, 2005, p. 18–19).

Para Célio Ramos, ex-presidente da Cremendes, segundo Gonçalves (2005, p. 27), “dentre tantos outros acontecimentos relevantes, documentamos que, decorridos 13 meses de sua criação, a Cooperativa já erguera sua primeira sede social, construída em terreno próprio: ambos plenamente pagos, como está constatado em seu segundo Balanço Geral, datado de 31 de dezembro de 1930. Outro registro destaca a data de 27 de maio de 1999, quando o Banco Central do Brasil apresentou rigorosas normas por meio da Resolução 2.608, colocando as Cooperativas Luzzatti em sérias dificuldades de funcionamento e dando curto prazo para encerrar suas atividades. Imediatamente, um verdadeiro levante surgiu no país, pela reação não só do sistema cooperativista, mas também desta cidade, em apoio à sobrevivência desta Cooperativa e das demais Luzzatti. A Cooperativa de

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Mendes inseriu-se nessa campanha, como um autêntico 'quartel general' da batalha.”



Inauguração da nova Sede em 1968. Fonte: Cremendes



Banco Central Autoriza a Cooperativa de Crédito de Mendes a continuar operando. Fonte: Cremendes

Em março de 2002, o Conselho de Administração da Cooperativa de Mendes achou necessária a formulação e aplicação de uma pesquisa de satisfação entre os associados com o intuito de renovar e atualizar os produtos e serviços oferecidos, como forma de manutenção e modernização da gama de serviços existente.

Segundo NAMI e BOAS, “com base nos resultados apresentados foi criada uma comissão consultiva que se encaminhou para a Central das Cooperativas de Economia e Crédito Mútuo do Estado do Rio de Janeiro (Cecrerj), Central das Cooperativas do Estado do Rio de Janeiro (...). Realizou, também em paralelo, reuniões de grupo com os diretores de forma a viabilizar e estruturar os planos de reestruturação e modernização dos produtos/serviços oferecidos.”

Após aplicação desta pesquisa, o Conselho Diretor conseguiu:

- Reforma geral nas instalações da sede da cooperativa;
- Firmado convênio com a Prefeitura Municipal de Mendes para arrecadação dos carnês de IPTU e Água da cidade;
- Firmado convênio com a Unimed de forma a oferecer aos funcionários um plano de saúde completo de escopo nacional, e foi negociada a possibilidade de os associados em geral se filiarem, com um custo médio de mensalidades;
- Convênio com o Bancoob (Banco Cooperativo do Brasil S.A.) para oferta do Cartão Bancoob Visa;
- Treinamentos e reciclagens para os funcionários;
- Contrato de novos funcionários, oriundos de outros estabelecimentos financeiros.

Na maioria das vezes, a evolução histórica segue no sentido inverso da evolução operacional. As empresas e instituições que conseguem superar as quase intransponíveis dificuldades iniciais caem, quase em sua totalidade, em uma “zona de conforto”, cujo desaguar é a acomodação de métodos e a obsolescência de processos, que levam a maior morosidade e perda de competitividade.

Por outro ângulo, as empresas que conseguem “reaprender” o tempo todo, que buscam inovar e, principalmente, entender que cada dia é um novo desafio, estas sim atingem a longevidade, porém não podem jamais ter o conforto de imaginar que longevidade seja sinônimo de estabilidade.

No desenvolver deste trabalho, fica patente que em alguns casos a mais pura teoria se converte em verdade, não significando contudo perfeição, mas sim a ampla capacidade de aprender com as falhas, e de buscar novos caminhos, quando e sempre que possível.

A Cooperativa de Crédito de Mendes (Cremendes) saiu dos primórdios da administração mecanicista, dos básicos preceitos weberianos, para a ampla e ainda incipiente tecnologia virtual, com todas as suas idiossincrasias e contemporâneos desafios.

Independentemente do resultado final dessa empreitada, e dos seus respectivos percalços, vem à tona a cada dia a satisfação quase ufanista de constatar que uma empresa, mais que octogenária, consegue se adaptar e se reinventar sempre que é necessário, ou, melhor ainda, se antecipar às tendências e mudanças e assumir posição de vanguarda – leia-se que foi a pioneira no Estado do Rio de Janeiro no lançamento do cheque compensável do Bancoob – Banco Cooperativo do Brasil.

Assim, fica devidamente constatado que o desafio, a reinvenção e a ousadia não são privilégios de empresas nascentes, mas sim um desafio perene, que deverá permear a preocupação e atenção dos administradores por todo o ciclo de vida de uma empresa, por mais longo que ele seja. Em síntese, os obstáculos são uma constante fonte de aprendizagem e crescimento, conforme eternizado nas palavras já distantes, porém eternamente atualizadas, de Gibran Khalil Gibran.

“E se vos fosse facultado ouvir os seus murmúrios, deixaríeis de ouvir outro som. Mas hoje não vedes, nem ouvis e

é melhor assim. Um dia porém, o véu que ainda cobre vossos olhos será retirado pelas mãos que o teceram. E a argila que ainda obstrui vossos ouvidos será rompida pelos dados que a amassaram.

Então vereis e então ouvireis. E não deplorareis ter conhecido a cegueira e a surdez. Pois nesse dia compreendereis a finalidade oculta de todas as coisas. E abençoareis as trevas como abençoadas a luz.”

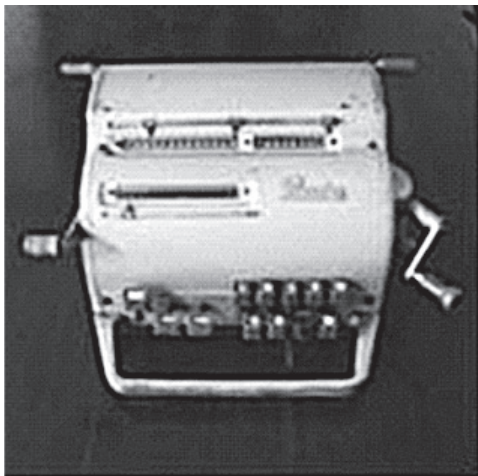
Referências Bibliográficas

- ABRANTES, José. *Associativismo e Cooperativismo*. Ed. Interciência. 2004.
- CRUVINEL, Elvira. RUBENS, Joaquim. SOARES, Marden *et. al.* *Governança Cooperativa: diretrizes e mecanismos para fortalecimento da governança em cooperativas de crédito*. Ed. Banco Central do Brasil. 2009.
- GONÇALVES, Lúcia Stela de Moura. *Cooperativa de Crédito Luzzatti de Mendes. História, gestão e modelo de livre adesão, resistência pacífica, união e vitória*. Ed. Confefbras. 2005.
- NAMI, Márcio. BOAS, Ana Alice Vilas. *Cooperativismo de Crédito – Um modelo viável*. Artigo apresentado no III Encontro Latino-Americano de Cooperativismo em São Leopoldo – RS. 2004.
- NAMI, Márcio. *Viabilidade das Cooperativas Abertas: um estudo de caso da Cooperativa de Créditos de Mendes Ltda*. Ed. Publit Soluções. 2009.
- PINHO, Diva Benevides. PALHARES, Valdecir Manoel Affonso. *O Cooperativismo de Crédito no Brasil – do século XX ao século XXI*. Ed. Confefbras. 2004.
- SCHARDONG, Ademar. *Cooperativa de Crédito – Instrumento de Organização Econômica da Sociedade*. Ed. Rigel. 2002.

ANEXO 1
Fatos dignos de registro



Fundadores da Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Ltda. – “Banco de Mendes” – 1929



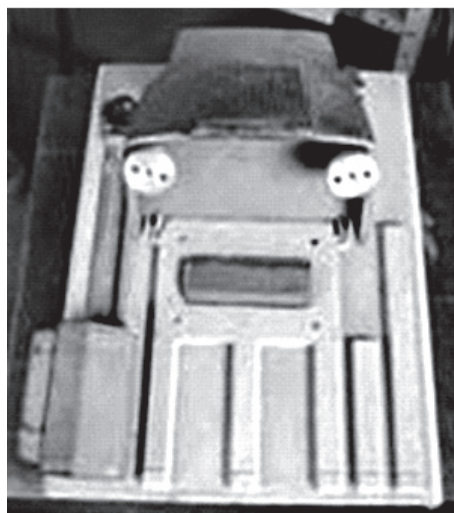
Calculadora utilizada na Cremendes



Máquina contadora de moedas

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami



Máquinas utilizadas para impressão dos dados dos clientes no talonário de cheques

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

ANEXO 2

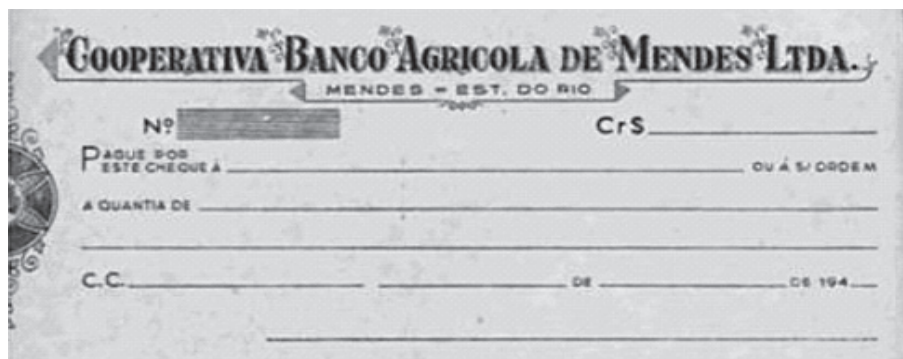
Evolução das nomenclaturas e dos cheques



Cheque Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Ltda. de 20/10/1928



Cheque Banco Agrícola de Mendes Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Ltda. AGE 13/8/1939



Cheque Cooperativa Banco Agrícola de Mendes Ltda. AGE 17/9/1944

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

PAGUE POR ESTE
CHEQUE A QUANTIA DE

1099701

COOPERATIVA DE CRÉDITO
DE MENDES LTDA.
MENDES-ESTADOS DO RIO DE JANEIRO
Av. JULIO BRAGA, 30
CPF - N°

DENTRE OUTROS BANCOS, ESTE CHEQUE PODERÁ SER DEPOSITADO
EM QUALQUER AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL, MANOEL SOUTO
874-01 E DO BANERJ E CAIXA ECONÔMICA FEDERAL.

Cheque Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda. AGE 12/6/1964

Pague por este
Cheque a quantia de

756

COOP. CRED. MENDES LTDA
Av. JULIO BRAGA, 30
MENDES
TEL.: (024) 489-2291
BANCOOB

CELIO TAVARES RAMOS
ALANITA RAMALHO RAMOS
ABERTURA: 17/04/1947 D. I.: 2465-2614 IPF RJ

#75600502# 0010369415# 800010007979#

O esperado Cheque Compensável Integralização Cooperativa/Bancoob 4/2/1998

Pague por este
Cheque a quantia de

756

CREMENDES
COOPERATIVA DE CREDITO DE MENDES LTDA
AV. JULIO BRAGA, 30
MENDES, RJ
TEL.: 24 489-2291

CPF: D. I.:
CLIENTE BANCARIO DESDE: 04/1947 TEL.:

#75640504# 0010003015# 800010007995#

Atual cheque da Cooperativa – a partir de 2005

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

ANEXO 3

CARTA DO BANCO CENTRAL, EMITIDA EM 28 DE OUTUBRO DE 1998, QUE CONFIRMA SER A CREMENDES A LUZZATTI MAIS ANTIGA EM ATIVIDADE NO PAÍS



BANCO CENTRAL DO BRASIL

DECAD/DIREC/SURED I-98/375

Brasília (DF), 28 de outubro de 1998.

À
Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda.
Av. Júlio Braga, 20
26700-000 - Mendes (RJ)

Prezados Senhores,

Referimo-nos ao pedido formulado por V.Sas. em correspondência de 10.10.98, no sentido de informar se essa cooperativa é a mais antiga do País, no tipo Luzzatti.

2. A propósito, cumpre-nos informar que de acordo com os dados disponíveis em nossos sistemas, a Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda. (CGC 28.572.261/0001-03), constituída em outubro de 1929, é a mais antiga cooperativa do tipo Luzzatti em atividade no País.

Atenciosamente,


Geraldo Moreira de Melo
Chefe de Subunidade


Luis da Costa Pinheiro
Coordenador

**DIVERSIFICAÇÃO DO MIX DE PRODUTOS COMO
FORMA DE ALAVANCAGEM SOCIAL**

Ana Lúcia de Almeida
Marcio Nami

DIVERSIFICAÇÃO DO MIX DE PRODUTOS COMO FORMA DE ALAVANCAGEM SOCIAL

Ana Lúcia de Almeida
Marcio Nami

Sabemos que o mundo está se globalizando, processo que vem ocorrendo “desde que o mundo é mundo”, mas que ganhou uma enorme velocidade a partir da invenção dos computadores, principalmente na questão financeira e econômica, ou de negócios. Isso faz com que pequenos empreendimentos se vejam tendo que enfrentar uma forte disputa por mercados, cada vez mais exigentes. Assim são obrigados à formação de alianças estratégicas e ao estabelecimento de parcerias com outras cooperativas populares, quando esses obstáculos todos são muito mais facilmente superados. O associativismo entre empreendimentos cooperativos só traz benefícios, sem reduzir as vantagens peculiares de cada empreendimento. Para tanto, é necessário que o movimento cooperativista se organize em cada município, promova encontros e congressos, troca de experiências e solidariedade, e não só entre os associados de uma cooperativa, mas também que as cooperativas procurem atingir diretamente os consumidores, isto é, sem intermediários, para que seus produtos e qualidade sejam fatores de vantagem comparativa, o que alavanca a sua entrada no mercado, e, ao fazê-lo, beneficia a população em geral. Dessa forma, esta monografia propõe-se a analisar o perfil evolutivo da Cooperativa de Crédito de Mendes, na última década, e identificar os benefícios oriundos de sua implantação para a população e o desenvolvimento local.

Este trabalho foi elaborado com o objetivo de investigar e analisar o processo evolutivo do desempenho da Cooperativa de Crédito de Mendes (Cremendes), na última década.

A relevância do presente estudo se prende, inicialmente, a ser um tema de pouco conhecimento das pessoas. Portanto, o trabalho aborda conteúdos informativos, de suma relevância para o entendimento do movimento cooperativista, bem como a importância desses movimentos para o desenvolvimento do próprio país. Mas a importância do trabalho não para aí, pois foram elaboradas questões sobre a Resolução nº 3.106, de 25/3/2003, que deu abertura para a criação das cooperativas de livre adesão em municípios com população de até cem mil habitantes. Fator que culminou no desdobramento da fundação da Cooperativa de Crédito de Mendes, cuja trajetória é rica em fatos marcantes. Fatos estes dignos de serem pesquisados, estudados e divulgados.

O interesse deste trabalho é fornecer material para futuras pesquisas, que tenham a intenção de investigar a origem, organização e demais aspectos referentes às sociedades cooperativas.

Com vistas a facilitar a compreensão do tema, o trabalho o abordará com termos claros e coerentes, de forma a que o leitor possa garimpar nele as preciosas informações contidas.

Contribuíram para a elaboração deste trabalho o pensamento e a análise de autores como Gonçalves (2004), Nami (2009), Pinheiro (2008), Wollemborg (2005), Veiga (2000), Benato (1995), Schardong (2002) e outros.

O primeiro capítulo aborda os “fundamentos do Cooperativismo”, através de um breve histórico das cooperativas. Consta de uma visão geral de sua origem no mundo e implantação no Brasil, mostra todo o caminho trilhado, os vários aspectos de sua formação e modo de organização para funcionamento legal, e, por seguinte, dá enfoque à Cooperativa de Crédito de Mendes (Cremendes), com destaque especial para a sua constituição e

principais atividades, ao mostrar aspectos de sua fundação, atuação e viabilidade.

No segundo capítulo, “Evolução da Cremendes na última década”, ponto crucial deste estudo, consta a análise e avaliação do perfil de desempenho da Cremendes na última década, onde seus resultados, positivos ou negativos, poderão ser comprovados.

No terceiro capítulo, apresentamos a metodologia utilizada para realização do trabalho, os resultados da pesquisa e a matriz diagnóstica, com análise dos questionários respondidos pela equipe Cremendes e associados. Encerramos o trabalho com uma síntese dos resultados da pesquisa, que pretende responder a pergunta idealizada para este estudo.

Na conclusão, há considerações sobre as características do sistema cooperativista, o desenvolvimento do município após a fundação da Cremendes, bem como análise e avaliação do perfil evolutivo daquela instituição. Assim, fechamos o trabalho com os referenciais que embasaram o estudo.

As considerações teóricas metodológicas deste trabalho são provenientes de consulta bibliográfica e pesquisa de campo, realizada no primeiro semestre de 2011. A farta e atualizada documentação referente ao tema, e a disposição para consulta na Cremendes, foram um dos mais importantes créditos deste trabalho. Foi necessária a análise de alguns documentos administrativos da instituição para realizar um estudo de casos. Os associados responderam a um questionário previamente elaborado com perguntas pertinentes ao tema em estudo, que foi distribuído antecipadamente.

Cooperativa significa a cooperação de um grupo de pessoas unidas, voluntariamente, através do trabalho que objetiva o atendimento aos desejos e necessidades comuns do grupo, nas proporções econômicas, sociais e culturais, por meio de uma organização.

A Cooperativa tem por objeto a prestação de serviços financeiros aos associados, como a concessão de crédito, captação de depósitos à vista e a prazo, cheques, prestação de serviços de cobrança, de custódia, de recebimentos e pagamentos por conta de terceiros, sob convênio com instituições financeiras públicas e privadas, e de correspondentes no país, além de outras operações específicas e atribuições estabelecidas na legislação em vigor.

As cooperativas de crédito atuam eficientemente como um meio de propagação de recursos e serviços financeiros, nos mais diferentes meios rurais e urbanos, e servem como ponte entre a necessidade de promoção financeira e a concretização efetiva do método rendoso.

Porém, o desenvolvimento do sistema de cooperativa permaneceu parado até o ano de 2003, quando o Banco Central do Brasil apresentou a Resolução nº 3.106, que reza sobre a elaboração de cooperativas de livre adesão.

Nesse cenário, um dos grandes desafios do modo cooperativista é sustentar acesa a labareda que impulsiona o sistema, ou seja, conscientizar os associados e membros da comunidade sobre a importância do Cooperativismo para que possam estimular o envolvimento de mais pessoas neste ramo de atividade. A participação de associados é o melhor meio para se fundar e sustentar uma cooperativa.

Sendo assim, o desenvolvimento do tema é de suma importância, pois traz em seu bojo questionamentos que darão luz para a compreensão e entendimento geral dos mecanismos que movimentam as sociedades cooperativistas.

Principais atividades da Cremendes

No cumprimento de seu papel de prestadora de serviços bancários, a Cooperativa de Crédito de Mendes, Cremendes, oferece uma série de serviços e produtos, além de outras atividades, que

contribuem tanto para melhoria do apoio prestado aos seus associados quanto para a melhoria do município.

Antes, porém, de falarmos sobre as principais atividades da Cremendes, faz-se necessário um retrospecto sobre as suas atividades no ano de 2004, para que, desta forma, tenhamos dados substanciais para verificação de sua evolução na última década, neste e no capítulo seguinte deste trabalho.

Dados da Cremendes em agosto de 2004

No ano de 2004, a Cooperativa de Crédito de Mendes contava com 1.620 associados. Entre estes, 180 comerciantes e microempresários da cidade, que se utilizavam da Cooperativa para iniciar e/ou desenvolver sua produção, prestar serviços e comercializar produtos na região. Contava com três caixas, terminal de consultas e transação de papéis compensáveis, duplicatas, carnês, títulos etc. Com movimento diário de mais ou menos 300 atendimentos, estava totalmente informatizada, visto que foi a primeira cooperativa de crédito a fazer uso do sistema Bancoob, e possuía carteira de empréstimos, com destaque especial para empréstimos de pequeno porte. Cerca de 300 contratos, de valores equivalentes ou menores que R\$ 1.000,00 reais (um mil reais), do tipo contrato de crédito rotativo, trouxeram benefícios a associados da faixa de renda inferior a R\$ 300,00 (trezentos reais), em média, sem necessidade de avalista. Foi favorecido deste modo o acesso a empréstimos para mais de 180 (cento e oitenta) associados. Devido às características de crédito pulverizado, com o objetivo de atender a maior quantidade de associados, com valores adequados à sua capacidade de pagamento, os índices de juros foram mantidos em patamares aceitáveis, girando em torno de 3,8%. (Gonçalves, 2005, p. 48/49)

A cidade possuía então cerca de 500 (quinhentos) pontos comerciais, entre pequenas e microempresas dos mais diferentes ramos. Entre eles, comércios no varejo, mercearias, minimerca-

dos, farmácias e drogarias, pequenas fábricas de produtos rurais e artesanais, além dos diversos outros produtos ligados à atividades agropecuárias. Naquela época, a cidade tinha um perfil típico de interior, com as atividades principais centradas nos ramos agropastoril e turístico.

Segundo Gonçalves (2005), naquela época, a cidade demonstrava ser muito mais do que uma alternativa financeira, porque se firmava como um sistema unido, que oferecia bem-estar econômico por meio de ações efetivas e concretas de melhoria das condições de vida de seus associados.

Nos anos anteriores a 2004, a Cremendes reunia o seguinte número de associados: dezembro de 2001, cerca de 1.411; em março de 2003, 1.524; e em agosto de 2004, 1.620 cooperados.

Contexto operacional da Cremendes

A Cooperativa de Crédito de Mendes (Cremendes) é uma cooperativa de crédito singular, instituição financeira não-bancária, fundada em 20 de outubro de 1929, componente do Sistema Sicoob do Brasil. A Cremendes tem como atividade preponderante a operação na área creditícia, e tem como finalidade:

a) proporcionar, através da mutualidade, assistência financeira aos associados;

b) formação educacional aos seus associados, no sentido de fomentar o Cooperativismo, através da ajuda mútua, da economia sistemática e do uso adequado de crédito; e

c) praticar, nos termos normativos vigentes, as seguintes operações, dentre outras: captação de recursos, concessão de créditos, prestação de garantias, prestação de serviços, formalização de convênios com outras instituições financeiras e aplicação de recursos no mercado financeiro, inclusive em depósitos a prazo, com ou sem emissão de certificado, com vistas a preservar o poder de compra da moeda e remunerar os recursos.

Os produtos oferecidos pela Cremendes

De acordo com Ventura, *et al* (2010), a Cremendes atende os municípios de Barra do Piraí, Vassouras, Engenheiro Paulo de Frontin e regiões vizinhas. Possui capital social de R\$ 420.000,00 e movimento médio mensal de R\$ 3.000.000,00. O portfólio da Cremendes relaciona os produtos e serviços conforme tabelas a seguir:

Tabela 1 – Relação dos produtos oferecidos pela Cremendes

Empréstimos	Empréstimos normais Empréstimos normais (até 1.000,00) Empréstimo de Crédito Rotativo Desconto de títulos
Depósitos	Depósito a prazo fixo sem vencimento ADP- Adiantamento a Depositante
Cheques	Talonnário com 20 folhas (2º do mês) Cheque administrativo Cheque avulso Cheque devolvido – Mot. (11) Cheque devolvido – Mot. (12) Cheque sustado Taxa dev. de cheque sustado (ASBACE)
Extratos	Semanal Mensal
Cadastro	Cadastro pessoal (renovação anual) Carteira de empréstimos Crédito Rotativo
Cartões	Cartão Visa Classic Cartão Visa Gold Cartão Visa Electron Cartão Visa Mastercard (crédito) Cartão Mastercard Múltiplo (crédito e débito) Mastercard Maestro (débito)

Fonte: Pesquisa do autor (2011)

De acordo com os dados apresentados na tabela 1, verificamos que a Cremendes oferece uma diversificação de *mix* de produtos aos associados. Fator fundamental, como forma de alavancagem social.

De acordo com documentos do Conselho de Administração da Cremendes, a Cooperativa implantou o sistema SISBR, que permite atualizações em tempo real às resoluções do Banco Central do Brasil, bem como o lançamento de produtos e serviços financeiros com a mesma velocidade de resposta anteriormente disponível somente para os bancos comerciais. Aliada à vantagem de diferenciação das taxas e prazos do sistema cooperativista, não há dúvidas de que novos e inovadores produtos e serviços surgirão (Conselho de Administração da Cremendes, 2010, s/nº de p.).

Os serviços prestados pela Cremendes

De acordo com Pinho e Palhares (2004), é na condição de usuários dos serviços das cooperativas que, efetivamente, os associados se beneficiam de seu esforço de participação no empreendimento.

Tabela 2 – Relação de serviços prestados pela Cremendes

Recebimentos e pagamentos	Água, luz e telefone Tributos municipais, estaduais e federais Benefícios previdenciários
Cobrança	Entrada por meio magnético Entrada sem registro Manutenção de títulos vencidos Devolução de títulos Envio para protestos Sustação de protesto Tarifa 2ª via
Compensação	Cheques e documentos Talonários de cheques (impressão)
Outros serviços	Emissão de TED Consulta ao SERASA Inclusão no SERASA Exclusão do SERASA

Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Analisando os dados da tabela 2, observamos uma gama substancial de serviços oferecidos pela Cremendes. Traduzimos a existência desses serviços como um potencial da Cremendes em satisfazer as necessidades de um de seus maiores patrimônios: os associados.

Sobre isso, Walmor (1973, p. 11 *apud* Schardong, 2000) diz que:

É essencial, no conceito cooperativista, que esta promova a defesa e a melhoria da situação econômica dos cooperados, quer obtendo para eles os mais baixos custos nos bens e serviços que necessitam, quer colocando no mercado, a preços justos, os bens e produtos que produzem. (Schardong, 2002, p. 83)

Operações de crédito realizadas em 2010

As atividades econômicas das operações realizadas por pessoas jurídicas são caracterizadas por empresários e/ou entidades sem fins lucrativos, de acordo com o previsto no estatuto social da Cremendes. Segue abaixo demonstrativo das operações de Crédito realizadas pela Cremendes no ano de 2010.

Tabela 3 – Resumo das operações de crédito da Cremendes

Empréstimo	R\$ 1.130.466,22
Títulos descontados	R\$ 525 158,69
Adiantamento ao depositante	R\$ 42.298,20
Cheque especial	R\$ 189.474,72
Conta garantida	R\$ 25.122,99
Subtotal	R\$ 1.912.520,82
(-) Provisões	R\$ 184.280,36
Total	R\$ 1.728.240,46

Fonte: pesquisa do autor (2011)

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Tabela 4 – Evolução da Cremendes

Ano	Capital Social	Depósito à Vista	Depósito a Prazo	Carteira de Créditos	Resultado Operacional
2004	264.137,89	492.008,24	587.604,33	871.570,63	2.215.321,09
2005	258.752,33	537.515,84	954.936,94	1.166.307,35	2.917.512,46
2006	263.821,24	605.682,05	866.573,95	1.227.191,06	2.963.268,30
2007	276.062,48	702.856,49	1.515.765,72	1.246.446,26	3.741.130,95
2008	310.627,11	774.062,16	1.784.846,91	2.092.383,95	4.981.920,13
2009	350.859,06	871.442,99	1.603.816,12	2.383.032,12	5.209.150,29
2010	370.456,18	908.664,99	1.971.388,61	2.287.827,63	5.538.337,41
Até 17/10/2011	416.790,42	965.749,79	2.114.364,24	2.274.103,78	5.771.008,23

Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Observando os dados da tabela 4, verificamos que, a partir do ano de 2004, a Cremendes vem apresentando consistente evolução no resultado operacional, mostrando desta forma que o Conselho Administrativo atua com transparência, responsabilidade e comprometimento com seus associados.

Quantitativo de cooperados na última década

A tabela 5 na página seguinte mostra o perfil evolutivo do quadro de associados da Cremendes na última década. Os dados desta e das demais tabelas são relevantes para a análise e compreensão de nosso trabalho.

Após apreciação da tabela, constatamos que o ingresso de pessoas no quadro de associados na Cremendes dá-se de forma gradual e contínua. Desta forma, podemos afirmar que o número de sócios vem aumentando ao longo dos anos. Fator que contribui para que os ideais do sistema cooperativista se fortaleçam e ganhem credibilidade.

Tabela 5 – Evolução do número de associados da Cremendes

Ano	Nº de cooperados
2004	1.620
2005	1.686
2006	1.700
2007	1.785
2008	1.852
2009	1.991
2010	2.161
Até 17/10/2011	2.276

Fonte: Pesquisa do autor (2011)

O projeto educativo da Cremendes: o princípio da educação permanente

O estímulo à educação e aprimoramento, no município, são fundamentais para o Conselho Administrativo da Cremendes, por entender que somente a educação pode preparar o homem para a liberdade e para a cidadania, e somente através da criação de um espaço permanente pode ser desenvolvida a cultura de cooperação de forma mais acirrada na região.

A esse respeito, Benato (s/d) ressalta que:

A educação constante do sócio enseja à cooperativa e à sociedade uma comunidade social mais autêntica, mais aguerrida e mais dinâmica. A educação constante do homem para sua cooperativa torna-o participativo e comprometido com o sistema, transformando-o em defensor intransigente do postulado cooperativo. (BENATO, s/d, p. 44)

Desta forma, a Cooperativa de Crédito de Mendes desenvolveu o projeto “Núcleo de pensamento Cooperativista” com o objetivo de conscientizar os estudantes e população de Mendes, e dos demais municípios da região, sobre a importância e relevância do tema “Cooperativismo”, em suas diferentes vertentes.

O Conselho de Administração da Cremendes se comprometeu formalmente a destinar o andar superior da sede exclusivamente às atividades de educação, ensino, pesquisa e difusão do tema “Cooperativismo”. Assumiu inclusive o compromisso de promover uma reforma estatutária para registrar e sedimentar tal propósito, com destaque para total gratuidade e concessão de franquias para os associados e a população em geral terem participação efetiva das atividades.

Grande benefício foi realizado para a região como um todo, pois foram atingidos, somente no município de Mendes, cerca de 1.500 alunos do Ensino Médio e Ensino Fundamental, e na ampliação da utilização deste espaço para os municípios limítrofes (Barra do Pirai, Pirai, Vassouras e Paulo de Frontin) esse número passou de 10.000 alunos potencialmente atendidos. Tudo isso sem levar em conta os eventuais pesquisadores de outras regiões e cidades do Brasil, bem como de outros países, interessados no tema.

Como afirma Tenório Filho (2009, p.205), a educação é um instrumento de mudança de comportamento e de atitude. Através dela, poderemos modificar o ser humano e, no que tange ao Cooperativismo, será possível lapidar, transformar, unir a todos e, com isso, ampliar e colocar em prática o espírito de solidariedade entre as pessoas, assim realizar a distribuição da riqueza gerada, com justiça social.

Para esse autor, a educação é a base mais sólida e segura de todo o trabalho. Com a formação de nossa consciência cooperativista, certamente poderemos construir um país melhor, a partir de nossas próprias iniciativas e esforços coletivos.

Concurso de redação

Em comemoração aos 81 anos da Cooperativa de Crédito de Mendes, a direção da instituição promoveu o Concurso de Redação para os alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio, que teve como tema o livro “**Viabilidade das cooperativas abertas**: Um estudo de caso da Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda.”.

Normas do concurso:

- A inscrição para o concurso de redação será realizada no período de 01/8/2010 a 30/11/2010;

- O aluno poderá participar com apenas um texto;

- O concurso terá duas categorias de concorrências: Ensino Médio e o 2º segmento do Ensino Fundamental do município de Mendes;

- Para participar do concurso, o (a) concorrente deverá ler o livro supracitado, que será fornecido ao mesmo gratuitamente no ato da inscrição;

- A redação deverá ser escrita de modo legível, com caneta esferográfica preta ou azul;

- Cada redação deverá ter não menos que vinte e não mais que quarenta linhas manuscritas;

- (a) concorrente deverá entregar sua redação na sede da Cooperativa de Crédito de Mendes, durante o período de vigência do concurso;

- As redações serão julgadas por uma comissão composta por membros da Secretaria de Educação do Município, do Estado, da Rede Particular e de eventuais indicados da Cooperativa de Crédito de Mendes;

- A decisão da comissão julgadora será considerada irrevogável, não cabendo por parte do participante qualquer tipo de ação recorrente;

- A redação será desclassificada caso a comissão perceba que a mesma não foi escrita pelo aluno.

Dos critérios de seleção

O texto produzido será avaliado de acordo com os seguintes critérios:

- Adequação à proposta;
- Argumentação;
- Coerência (clareza e organização das ideias);
- Gramática.

Da premiação

Categoria 1: Segundo segmento do Ensino Fundamental:

- 1º lugar: uma poupança de R\$ 300,00 mais um *notebook*
- 2º lugar: poupança de R\$ 200,00
- 3º lugar: poupança de R\$ 100,00

Categoria 2: Ensino Médio

- 1º lugar: uma poupança de R\$ 300,00 mais um *notebook*
- 2º lugar: poupança de R\$ 200,00
- 3º lugar: poupança de R\$ 100,00

No dia 10/12/2010, ocorreu a cerimônia de premiação do concurso, na quadra do Colégio Cenecista Marechal Rondon, que contou com a presença de cerca de 500 pessoas, entre convidados e alunos, administradores e funcionários da Cremendes. A mesa foi composta pelo Presidente da Cremendes, Marcio Roberto Palhares Nami, Diretora-gerente Ana Paula Ferreira da Costa, representante do Sescop/RJ, Sílvio Márcio Bruno, e do Secretário de Educação do Município de Mendes, Paulo Roberto de Andrade. Ficou registrada a presença dos professores Geneci Leme Monso-rese e João Alfredo Caravana, da Universidade Severino Sombra. Tivemos também a brilhante apresentação do Coral PIM Mendes (Projeto de Integração pela Música). Apesar de as escolas participantes já encontrarem-se em período de férias, o evento foi um sucesso, pois todos compareceram.

Apresentação da tabulação dos resultados da pesquisa

Os dados analisados pelo presente estudo são provenientes de pesquisa de campo realizada até o mês de setembro do ano de 2011, na Cremendes, Cooperativa de Crédito de Mendes.

A metodologia utilizada nos dois inquéritos foi a de questionários, que foram respondidos pelos associados e equipe da Cremendes. Os inquéritos abrangeram 300 associados e nove membros da equipe daquela instituição.

Dados sobre o perfil evolutivo da Cremendes, na última década, ponto crucial deste estudo, foram colhidos através de questionários distribuídos aos associados, com interrogações sobre satisfação com os serviços oferecidos; evolução dos mesmos; na última década, em que contribuíram para o crescimento do município; se enquanto associado participa do dia-a-dia da Cooperativa; percepção quanto à atuação administrativa da equipe diretiva; conhecimento sobre direitos e deveres enquanto associado; se considera que a Cremendes possui solidez patrimonial, consistência nos resultados etc.

No questionário distribuído à equipe da Cremendes, os questionamentos mais relevantes foram quanto ao número de cooperados e ao desempenho financeiro da Cremendes, no período compreendido entre os anos de 2004 a 2011.

Resultados da pesquisa

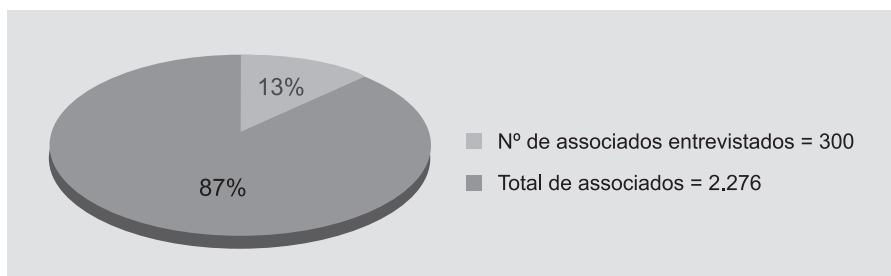
Os resultados são fruto da análise dos questionários apresentados aos associados e equipe da Cremendes. A análise constituiu-se no processo de transcrever, ordenar, estruturar e dar significado ao conjunto de dados obtidos, no objetivo de identificar nas respostas padrões significativos que permitissem construir um marco para comunicar a essência do que revelam os dados.

Análise das respostas dos associados

Ao analisarmos as respostas do questionário distribuído aos associados, procuramos realizar leitura fidedigna dos dados apre-

sentados e, deste modo, reproduzir com transparência e respeito as opiniões nele contidas.

Gráfico 1 – Número de associados entrevistados

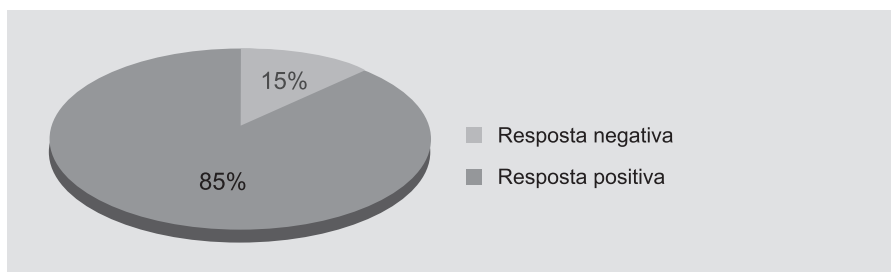


Fonte: Pesquisa do autor (2011)

O interesse do gráfico 1 é examinar o quantitativo de associados da Cremendes entrevistados no município de Mendes.

Vale ressaltar que não houve dificuldade na localização dos cooperados para a distribuição dos questionários. O que ocorreu foi uma comoção muito grande dos associados, que foram à Cremendes na busca voluntária dos questionários para serem respondidos.

Gráfico 2 – Percepção dos associados quanto aos serviços prestados pela Cremendes

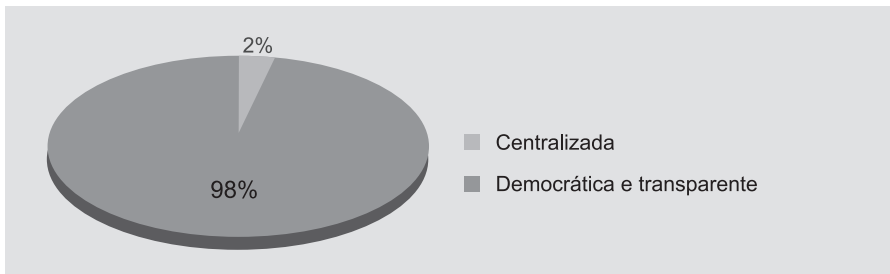


Fonte: Pesquisa do autor (2011)

De acordo com os dados analisados no gráfico 2, percebemos nitidamente que a maioria dos associados está amplamente satisfeita com os serviços prestados pela Cremendes.

Demonstraram claramente em suas respostas o quanto gostam de ser sócios da instituição. Vale lembrar que muitos fizeram questão de se identificar, e assinaram seus nomes ao final do questionário. Alguns acrescentaram de próprio punho as suas percepções elogiosas quanto ao modo de atendimento e tratamento ao associado, prestação de serviços, estrutura física, avanço tecnológico, entre outros comentários.

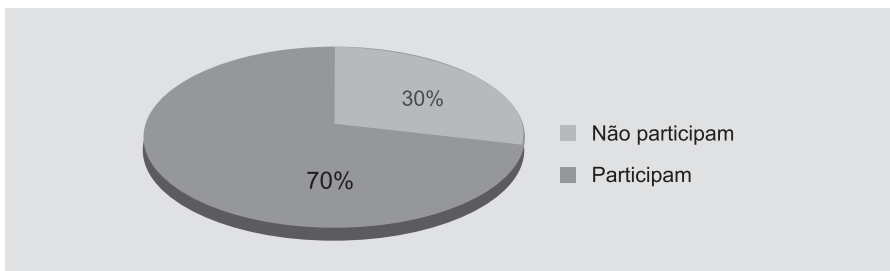
Gráfico 3 – Evolução da gestão da Cremendes na última década



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

O gráfico 3 enfoca a percepção dos associados quanto à evolução da Cremendes, na última década. Os dados indicam que, quase em sua totalidade, os associados concordam que a Cremendes evoluiu na oferta de produtos e serviços, bem como em sua estrutura física. Os entrevistados enfatizaram que a informatização foi um dos fatores que mais contribuiu para essa evolução.

Gráfico 4 – Participação do associado no dia-a-dia da Cremendes

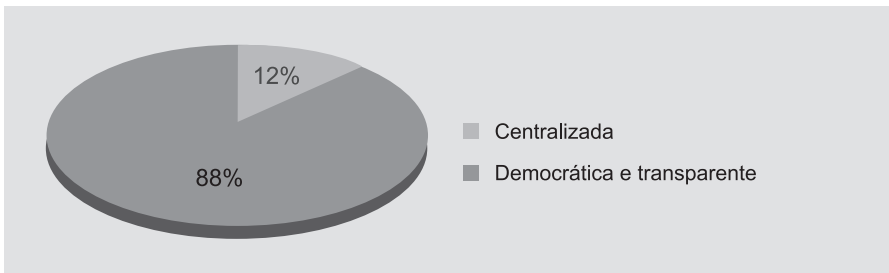


Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Observando os dados do gráfico 4, percebe-se que nem todos os associados participam do dia-a-dia da Cooperativa. Os que deram resposta negativa justificaram ser devido à confiança que depositam nos dirigentes da Cremendes.

No entanto, Melo Sobrinho *et al* (2009, p. 157) deixa claro que o associado, como proprietário, é a parte mais interessada nos negócios da Cooperativa, portanto, deve agir como instrumento efetivo de fiscalização e controle da organização.

Gráfico 5 – Opinião dos associados quanto ao modelo de gestão da Cremendes



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

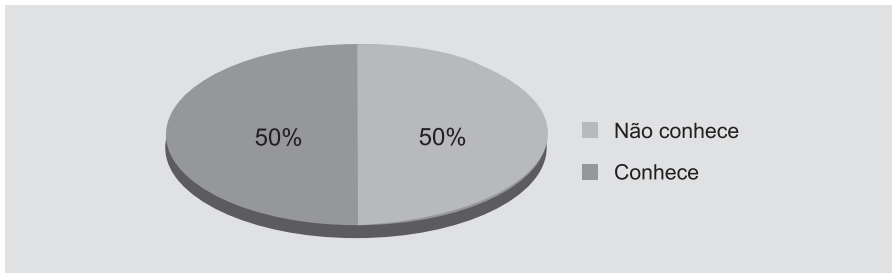
O gráfico 5 enfoca a percepção dos associados quanto ao modelo de gestão da Cremendes. A maioria respondeu que a gestão é democrática, transparente, com resultados consistentes, visto que os colaboradores são comprometidos e fieis aos ideais cooperativistas.

De acordo com as considerações de Melo Sobrinho, *et al* (2009, p. 68), as diretrizes de boa governança, para o segmento cooperativista de crédito, devem contribuir para: equilibrar os sistemas externos e internos de controle, de forma que se minimizem custos e melhorem a efetividade; reduzir o custo da decisão coletiva e melhorar o processo decisório dos proprietários; assegurar a gestão eficiente e monitorar a atuação dos gestores; promover alinhamento de interesse dos gestores e dos técnicos com as prioridades da cooperativa; preservar a equidade no tratamento dos interesses dos diversos associados.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

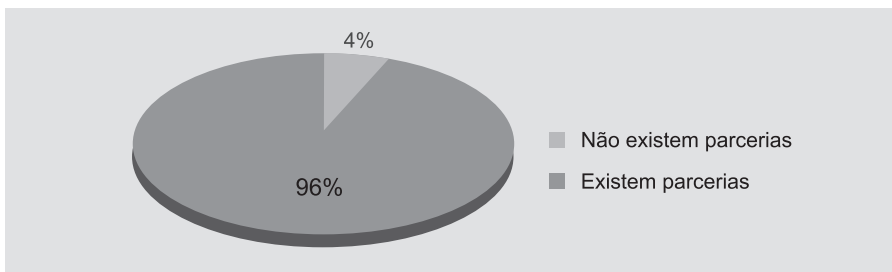
Gráfico 6 – Conhecimento dos direitos e deveres do associado



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Os dados do gráfico 6 revelam que metade dos associados tem conhecimento de seus direitos e deveres, enquanto associados de uma cooperativa. Para Melo Sobrinho (2009, p. 158), a falta de consciência de seus direitos e deveres é um fator que contribui para fragilizar o sistema de controle de associados.

Gráfico 7 – Existência de parceria entre a Cremendes e associações do município



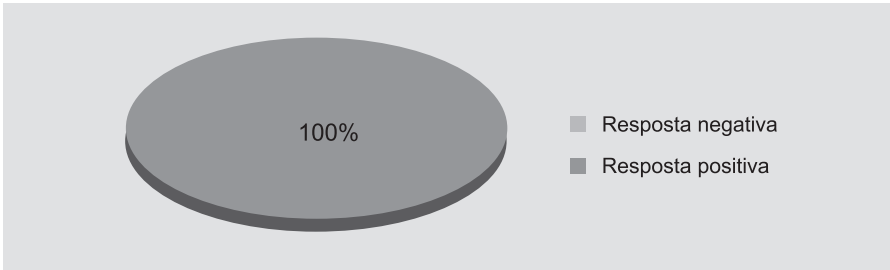
Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Verificamos, na figura acima, ampla parceria com associações do município. A Cremendes tem sido parceira importante das associações comerciais, em sua localidade. A participação principal da Cremendes é no apoio a campanhas do comércio, com vistas a contribuir para o aumento das vendas e a consequente capitalização dos associados. Este apoio é importante para as próprias associações, tanto financeiramente quanto na fidelização dos associados.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Gráfico 8 – Percepção dos associados quanto à solidez patrimonial, consistência de resultados e comprometimento da Cremendes

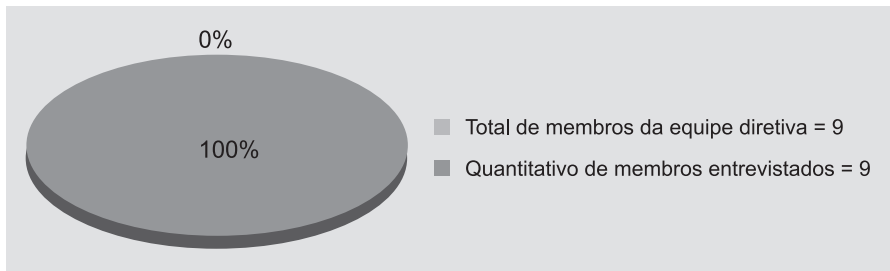


Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Observamos no gráfico 8 contundente e unânime resposta quanto à solidez, consistência e comprometimento da Cremendes. Deste modo, podemos afirmar a existência de total e absoluta credibilidade de todos os cooperados para com a atuação da instituição.

Análise das respostas da equipe Cremendes

Gráfico 9 - Quantitativo de membros da equipe Cremendes



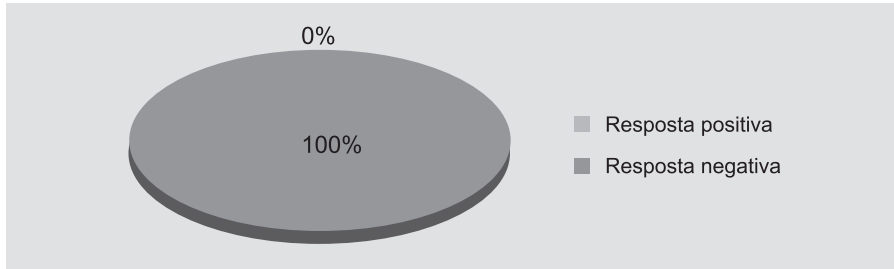
Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Todos os membros da equipe da Cremendes mostraram-se muito receptivos em responder os questionários. Disseram que as perguntas foram elaboradas de forma clara e objetiva. O que contribuiu para que as respostas fossem dadas com segurança e rapidez.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

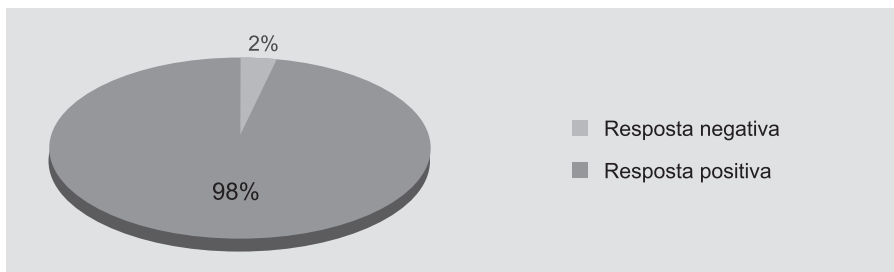
Gráfico 10 – Percepção da equipe da Cremendes quanto à promoção da adesão consciente e responsável dos associados



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Todos os membros da equipe da Cremendes responderam que o foco da Cooperativa é promover a adesão consciente e responsável. Explicaram que dispõem de serviços de conscientização para que o possível associado fique a par das características e vantagens desse modelo de negócio.

Gráfico 11 – Percepção da equipe da Cremendes quanto à evolução da prestação de serviços da Cooperativa na última década.



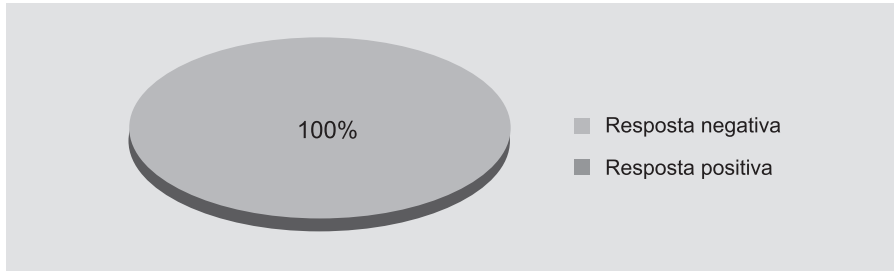
Fonte: Pesquisa do autor (2011)

De acordo com os dados do gráfico 11, observamos que a equipe da Cremendes concorda em que a instituição evoluiu na prestação de serviços na última década, visto que diversificou e ampliou sua oferta de produtos e serviços, bem como operou mudanças em sua estrutura física e tecnológica.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

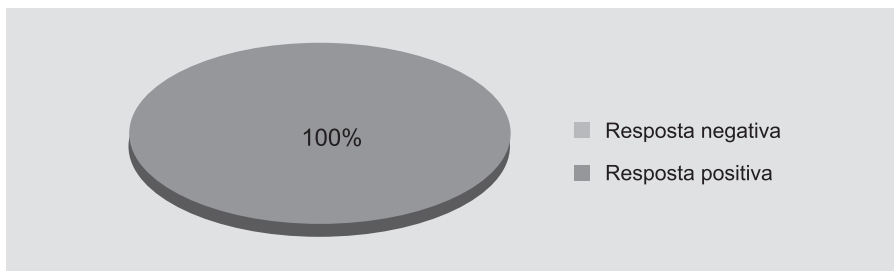
Gráfico 12 – Comparação da postura dos dirigentes atuais da Cremendes com os dirigentes de 10 anos atrás



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

O gráfico 12 enfoca a percepção da equipe quanto à comparação da postura dos dirigentes atuais com a postura dos dirigentes de dez anos atrás. Os entrevistados concordam, na totalidade, em que as posturas dos dirigentes atuais não são as mesmas devido a fatores como a evolução da Cremendes em seus aspectos físicos e tecnológicos e o aumento do número de associados. Complementam com a informação de que a gestão é feita por executivos que vivem e conhecem muito bem a realidade regional, para que desse modo a instituição tenha total clareza nos esforços para o desenvolvimento da sua área de ação.

Gráfico 13 – Percepção da equipe da Cremendes quanto à participação dos associados no dia-a-dia da Cooperativa

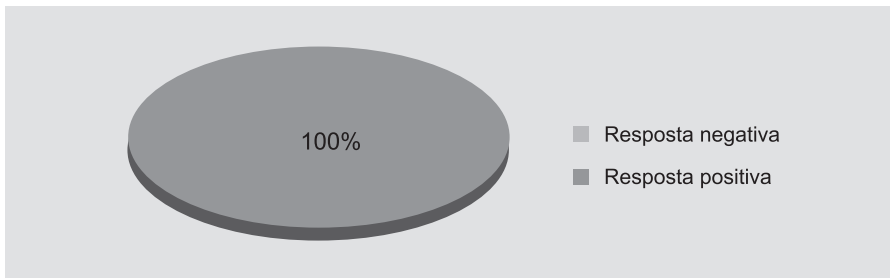


Fonte: Pesquisa do autor (2011)

De acordo com os dados do gráfico 13, percebemos que a equipe da Cremendes acha que os associados participam ativos no dia-a-dia das atividades da Cooperativa. Podemos afirmar que neste quesito há contradição com a resposta dada no questionário aplicado aos associados.

Segundo as considerações de Melo Sobrinho (2009, p. 95), a organização da cooperativa demanda comprometimento e participação de seus associados. A participação é condição fundamental para sua plena existência e cumprimento de sua missão. Todos os esforços devem ser empreendidos para estimulá-la. A participação contribui para a gestão democrática da organização, melhor fiscalização e aumento de solidez, alinhamento dos interesses internos e atendimento à expectativa dos associados.

Gráfico 14 – Patrocínio de ações e projetos de responsabilidade social na comunidade



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

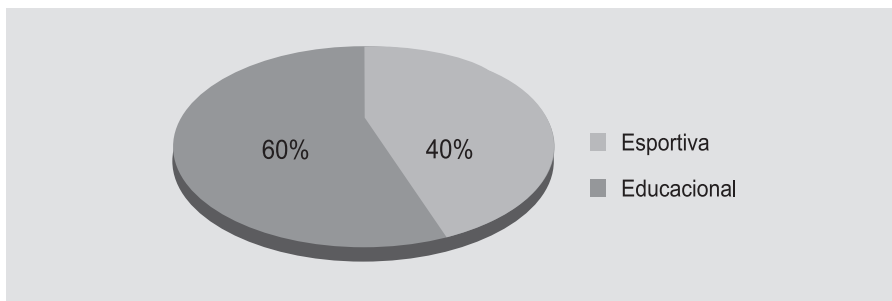
De acordo com os dados do gráfico 14, a Cremendes cumpre seu papel de responsabilidade social com o desenvolvimento de projetos no município onde está inserida.

Os dados do gráfico 15 enfocam a área de atuação em projetos da Cremendes. Verificamos atuações com prevalência na área educacional. De acordo com a equipe diretiva, a missão da Cooperativa é contribuir para o desenvolvimento sustentável da comu-

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

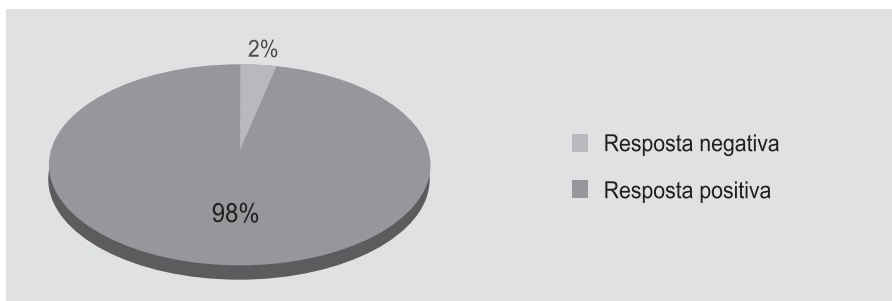
Gráfico 15 – Área de atuação dos projetos sociais



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

nidade mendense, local onde ela está inserida, por meio de ações sociais e ambientais.

Gráfico 16 – Existência da oferta de capacitação profissional aos funcionários



Fonte: Pesquisa do autor (2011)

Os dados do gráfico 16 demonstram que a Cremendes proporciona, efetivamente, a capacitação profissional de seus membros. Ela acredita que a base de todo crescimento empreendedor reside na preparação, que objetiva o conhecimento e desenvolve aptidões. Portanto, seu objetivo é fazer com que eles compreendam os valores e os princípios que estruturam o processo cooperativo

integral, e que assim se motivem para o melhor comportamento e as melhores práticas no interior da Cooperativa.

Mediante o exposto neste trabalho, verificamos que, ao longo de sua existência, pouco a pouco, a Cooperativa de Crédito de Mendes, Cremendes, fez com que suas metas se consolidassem efetivamente, e elas a tornaram capaz de atender às necessidades dos associados dentro do sistema financeiro. Seu crescimento contínuo e gradativo traduz a eficácia das diretrizes adotadas e evidencia que sua atuação tem produzido compensadores resultados. São resultados que garantem o futuro da instituição, representam retorno aos cooperados e mostram que a Cremendes vem cumprindo o seu papel, em seus 82 anos de existência, visto que, ao analisar os resultados primeiramente, das respostas dos associados, conseguimos criar um modelo geral destes a respeito da Cooperativa. Tendo em vista que o associado é a figura principal em uma cooperativa, nos reportamos a analisar as respostas da pesquisa realizada com os associados, e deste modo obter uma visão sobre a Cremendes e seus dirigentes.

De acordo com as concepções destes associados, a respeito dos serviços prestados, e dos produtos oferecidos, percebemos elevado nível de satisfação nestes quesitos. Dos entrevistados, 98% disseram que a Cremendes apresentou evolução, na última década, principalmente nas bases tecnológicas, que possibilitaram o oferecimento e a rapidez em novos serviços. Segundos os associados, a Cremendes possui patrimônio sólido e consistente.

Um fato interessante foi que, apesar de os associados reconhecerem a importância da participação nas atividades da Cooperativa, 30% declararam que não realizavam essa prática no dia-a-dia devido à total confiança que possuem nos dirigentes da Cremendes, bem como no modelo atual de gestão, que afirmam ser democrático, transparente e organizado. Quanto à resposta

dada para o cumprimento dos direitos e deveres do associado, percebemos que 50% deles fazem valer o que consta no estatuto da Cooperativa, ao passo que a outra metade desconhece seus direitos e deveres enquanto associado.

Podemos notar, também, a existência efetiva de parcerias entre a Cremendes e associações e instituições do município, sejam elas de cunho educativo ou esportivo, dentre outras.

Os associados concordam entre si que, através de um trabalho sério e integrado, a Cremendes tem sido importante para o desenvolvimento econômico e social do município, pois seus serviços prestados têm contribuído muito não só para empresários, como também para toda a comunidade.

No decorrer deste trabalho, vimos que, em dez anos, a Cremendes provou ser uma cooperativa de crédito que disputou espaço com bancos privados, no oferecimento de serviços, com a mesma segurança e com condições mais favoráveis, de modo que demonstrou ter muito ainda que fazer pelo setor produtivo. Constatamos que a atuação inovadora da Cremendes propiciou, nesse período, a elevação do número de sócios e, conseqüentemente, dos resultados financeiros positivos.

Deste modo, verificamos que a Cooperativa de Crédito de Mendes se firma como um sistema que trabalha em conjunto, que oferece o bem-estar econômico através de ações efetivas para a melhoria das condições de vida de seus associados, e demonstra desta forma ser muito mais do que uma alternativa financeira. Mostra-nos finalmente que chegar a esse resultado envolve muito trabalho, esforço e cooperação aliados à gestão comprometida com os interesses dos cooperados.

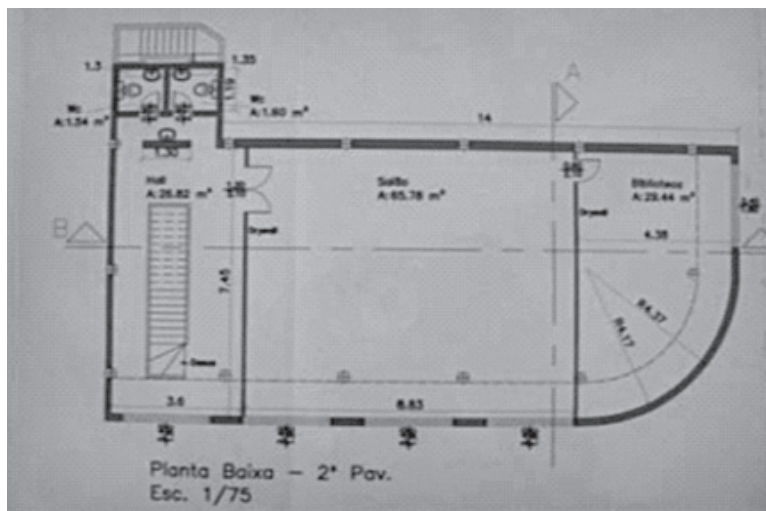
O presente trabalho não tem a pretensão de por si só esgotar o tema em questão. É importante ressaltar que pesquisas complementares são não somente oportunas, como também necessárias para lançar novos horizontes sobre o tema Cooperativismo.

Referências Bibliográficas

- BENATO, J. V. A. *O ABC do Cooperativismo*. 2ª ed. Rio de Janeiro: ICA, 1995.
- GONÇALVES, L. S. M. *Cooperativa de Crédito Luzzatti de Mendes*. Rio de Janeiro: CONFEBRAS, 2004.
- JORNAL TRIBUNA DO INTERIOR. *ONU proclama 2012 como Ano Internacional das Cooperativas*. Ano XXVIII. ed. 972. 2011.
- MELLO SOBRINHO, A. D.; et al. *Governança Cooperativista: diretrizes e mecanismos para fortalecimento da governança em cooperativas de crédito*. Banco Central do Brasil. Brasília, 2009.
- NAMI, M. P. *Viabilidade das Cooperativas Abertas: um estudo de caso da Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda*. UFRRJ: Seropédica, 2004.
- PINHO, D. B.; PALHARES, V. M. A (Org). *O Cooperativismo de Crédito no Brasil: do Século XX ao Século XXI*. São Paulo: CONFEBRAS, 2004.
- SCHARDONG, A. *Cooperativa de crédito: instrumento de organização econômica da sociedade*. Porto Alegre: Riguel, 2002.
- TENÓRIO FILHO, L. D. *Pelos caminhos do Cooperativismo: com destino ao crédito mútuo*. São Paulo: Central das Cooperativas de Crédito do Estado de São Paulo, 1999.
- Revista Cooperativismo Fluminense*/2010. SESCOOP/RJ.
- VEIGA, S. M.; FONSECA, I. *Cooperativismo: uma forma de organização dos trabalhadores*. Rio de Janeiro: SENACAR, 2000.
- VENTURA, L. S.; et al. *A influência do Cooperativismo de Crédito na região Sul Fluminense: um estudo de caso da Cooperativa de Crédito de Mendes*. Vassoura, 2010.

ANEXO

Projeto Núcleo de Pensamento Cooperativista



Comemoração dos 80 anos da Cremendes

CREMENDES 80 ANOS




Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami



CONCURSO DE REDAÇÃO



PARTICIPE E CONCORRA A UM NOTEBOOK

REGULAMENTO DO CONCURSO DE REDAÇÃO

Do objetivo

1. Em comemoração aos 81 anos da Cooperativa de Crédito de Mendes, a direção da instituição, promove Concurso de Redação para estudantes do Ensino Fundamental e do Ensino Médio que terá como tema o livro "Viabilidade das Cooperativas Abertas: um estudo de caso da Cooperativa de Crédito de Mendes".
2. O concurso de redação será realizado no período compreendido entre 01/08 e 30/11 de 2010.
3. O aluno poderá participar com apenas um texto.
4. O concurso terá duas categorias de concorrência: ensino médio e 2º segmento do ensino fundamental da 6ª a 9ª série do município de Mendes.
5. Para participar do concurso, o (a) concorrente deverá ser aluno (a) de Ensino Médio, ou fundamental e ter lido o livro supracitado, que será fornecido ao mesmo gratuitamente no ato da inscrição;
6. A redação deverá ser escrita de modo legível, com caneta esferográfica preta ou azul.
7. Cada redação deverá ter no mínimo de vinte e não mais que quarenta linhas manuscritas.
8. O (a) concorrente deverá entregar sua redação manuscrita na sede da Cooperativa de Crédito de Mendes durante o período de vigência do concurso;
9. A data limite para o envio das redações a Cooperativa é de 30/11/2010;
10. As redações serão julgadas por uma comissão composta por membros da Secretaria de Educação do município, do Estado, da rede particular e eventuais indicados da Cooperativa de Crédito de Mendes;
11. A decisão da comissão julgadora será considerada irrevogável, não cabendo por parte do participante qualquer tipo de ação recorrente.
12. A redação será desclassificada caso a comissão perceba que a mesma não foi escrita pelo aluno.

Des critérios de seleção



O texto produzido será avaliado de acordo com os seguintes critérios

- a) Adequação à proposta;
- b) Argumentação;
- c) Coerência (clareza, organização das ideias);
- d) Gramática

Categoria 1	Categoria 2
Ensino Fundamental 1º lugar: poupança de R\$ 300,00 + notebook; 2º lugar: poupança de R\$ 200,00 ; 3º lugar: poupança de R\$ 100,00 .	Ensino Médio 1º lugar: poupança de R\$ 300,00 + notebook; 2º lugar: poupança de R\$ 200,00 ; 3º lugar: poupança de R\$ 100,00 .

As redações enviadas não serão devolvidas.

O resultado será anunciado na sede da Cooperativa de Crédito de Mendes até o dia 10/12/2010.



**COMÉRCIO ELETRÔNICO E SEUS IMPACTOS
NA COOPERAÇÃO**

Samantha Janini Corrêa
Marcio Nami

COMÉRCIO ELETRÔNICO E SEUS IMPACTOS NA COOPERAÇÃO

*Samantha Janini Corrêa
Marcio Nami*

O ambiente empresarial, tanto na esfera mundial como nacional, tem passado por profundas mudanças nos últimos anos, as quais têm sido diretamente relacionadas com a tecnologia de informação. Esta relação engloba desde o surgimento de novas tecnologias, ou novas aplicações, para atender as necessidades do novo ambiente, até o aparecimento de novas oportunidades empresariais, criadas pelas novas tecnologias, ou novas formas de sua aplicação. Neste novo ambiente, o comércio eletrônico, com suas aplicações inovadoras e revolucionárias, é tido como uma das tendências emergentes com maior poder potencial de inovação, nos processos de negócio nos vários setores econômicos. Sendo global em sua essência, o comércio eletrônico está expandido-se rapidamente, em todo o mundo.

Com o avanço das cooperativas na sociedade econômica, nota-se que suas atividades gerenciais são bastante peculiares. Este fato fica mais evidente pelo crescimento de uma demanda por inovação nas alternativas gerenciais de produção e comércio, necessárias para que essas sociedades prestadoras de serviços se mantenham sustentáveis no mercado, exigente e competitivo. Nesse sentido, a utilização das tecnologias da comunicação e da informação constitui-se em um mecanismo para o enfrentamento das adversidades do mercado, somada à necessidade de crescimento e sobrevivência desse modelo de organização.

O foco do comércio eletrônico está na realização de transações eletrônicas entre empresas e indivíduos. Para as cooperati-

vas, este cenário não é diferente. Com isso, o comércio eletrônico possui uma significação fundamental, na utilização desta ferramenta gerencial, a fim de proporcionar uma parcela de conhecimento e habilidades ao público-alvo desta iniciativa – os gestores e, conseqüentemente, os cooperados.

É exatamente em função do surgimento dessa nova tecnologia que se orienta esse trabalho de conclusão de curso, pois o foco do comércio eletrônico na Cooperativa de Crédito de Mendes está na realização de transações entre a empresa e o associado. E a intenção desse trabalho é demonstrar como este avanço tecnológico está sendo aceito pelos associados da Cremendes.

Cooperativismo no Brasil

Os primeiros registros de trabalho baseado na cooperação, no Brasil, datam do período colonial, com as missões dos jesuítas. No fim do século XIX, surgiram as primeiras cooperativas formalizadas, principalmente no sul e sudeste, no setor de consumo, entre funcionários de empresas públicas, e nos ramos agrícola e de crédito rural, com os imigrantes europeus e asiáticos, que trabalhavam em sistema de ajuda mútua para enfrentar as dificuldades de uma terra estranha.

Nos anos 30, a grande depressão e a crise do café levaram o governo Getúlio Vargas a estimular as cooperativas e criar a primeira lei para regulamentar e fiscalizar o seu funcionamento.

Nos anos 50, sob o ritmo de desenvolvimento do Presidente JK, novas cooperativas surgiram, as centrais se fortaleceram, e houve até a tentativa de unificar o movimento, mas que não avançou.

O golpe militar, em 1964, acirrou o controle do governo sobre o Cooperativismo. Foi criado o Sistema Financeiro Nacional, que quase extinguiu as cooperativas de crédito mútuo abertas à população. Por outro lado, os militares incentivaram as cooperativas agrícolas como questão de segurança alimentar.

No início da década de 70, o Cooperativismo se unificou na Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). Em 1971, foi promulgada a Lei 5.764, que entre outras regras exigia que as cooperativas se registrassem previamente no Conselho Nacional do Cooperativismo. Apesar disso, a lei reconheceu a OCB como representante do movimento no País e definiu as relações entre os cooperados e a cooperativa, no chamado Ato Cooperativo. Com o fim da ditadura militar, e a promulgação da nova Constituição, em 1988, o Cooperativismo se livrou do controle estatal, e iniciou a autogestão.

Antes do plano Real, nos anos 1980/90, o país passou por crises na economia, com inflação galopante, graves reflexos na agricultura e aumentos sucessivos nos índices de desemprego. Muitas cooperativas agrícolas sucumbiram e, no meio urbano, as de trabalho e de crédito surgiram como alternativas para os trabalhadores driblarem as dificuldades econômicas. Para aprimorar e profissionalizar a autogestão das cooperativas, o governo criou, em 1998, o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop). O Sescoop oferece às cooperativas programa de formação, promoção social e monitoramento, em ações com cooperados, funcionários, e também jovens, preparando-os para assumir a gestão do Cooperativismo no futuro.

O Cooperativismo brasileiro é hoje uma importante força econômica no país, composto por 7.672 cooperativas singulares dos diversos ramos, com 7.687.568 cooperados, que geram, de forma direta, cerca de 250.961 empregos. As cooperativas são responsáveis por um volume de transações econômicas equivalente a 6% do PIB. (Cooonline, 2011)

As cooperativas

A Lei Cooperativista, nº 5.764/71, art. 4º, assim define a cooperativa: “é uma sociedade de pessoas com forma e natureza jurídica própria de natureza civil, não sujeita a falência, constituída

para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características:

I - adesão voluntária, com número limitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços;

II - variabilidade do capital social, representado por quotas-partes;

III - limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais;

IV - inaccessibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;

V - singularidade de voto, podendo as cooperativas centrais, federações e confederações de cooperativas, com exceção das que exerçam atividade de crédito, optar pelo critério de proporcionalidade;

VI - “quórum” para o funcionamento e deliberação da Assembleia Geral baseado no número de associados, e não no capital;

VII - retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembleia Geral;

VIII - indivisibilidade dos fundos de reserva e de assistência técnica, educacional e social;

IX - neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social;

X - prestação de assistência aos associados, e, quando prevista nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

XI - área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços.

Uma cooperativa é uma empresa com características especiais. É uma sociedade de pessoas sem objeto de lucro, formada e

dirigida pelos próprios cooperados, que têm igualdade de direitos, com o objetivo de desenvolver sua atividade econômica, de maneira a eliminar intermediários e valorizar o cooperado/sócio através do processo produtivo."

As cooperativas nasceram com a Revolução Industrial na Europa, como resposta ao desemprego por ela criado – isso foi uma resposta socioeconômica a um problema socioeconômico. Em muitos países, as cooperativas se tornaram empresas eficientes. O Cooperativismo tem cumprido o seu papel social, que, constitucionalmente, é do governo – só que o tem feito melhor, ao poupar recursos públicos, que poderão ser direcionados para outras frentes de trabalho. (Ricciardi E Lemos, 2000, p. 52)

De acordo com NAMI (2009, p. 71), "as cooperativas estão reguladas por uma lei especial em função de sua formação societária. Sua regência legal é a Lei 5.764/71, que pode ser assim cotada":

Art.3º – Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro.

Art.4º – As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, que se distinguem das demais sociedades pelas seguintes características: (...).

Art.5º – As sociedades cooperativas poderão adotar por objeto qualquer gênero de serviço, operação ou atividade, assegurando-se-lhes o direito exclusivo e exigindo-se-lhes a obrigação cooperativa em sua denominação.

Parágrafo único – É vedado às cooperativas o uso da expressão "banco".

Em 1995, na conferência centenária da ACI, realizada em Manchester – Inglaterra, observadas as variadas ramificações do Cooperativismo surgidas, e com vistas a contemplar o maior número possível de tipos de cooperativas, foram aprovados os novos Princípios Básicos do Cooperativismo, que, mantendo-se fieis aos valores democráticos e igualitários defendidos pelos pioneiros de Rochdale, norteiam o movimento em todos os países.

Princípios do cooperativismo

Os princípios do Cooperativismo expressam o sentimento social do sistema cooperativo através de uma inspiração democrática, onde os associados são os dirigentes, recebem os excedentes da cooperativa de forma proporcional às suas operações, mantêm a neutralidade político-religiosa, visam o capital como mero instrumento e não como fator determinante, não perseguem lucros e, acima de tudo, visam o desenvolvimento e aperfeiçoamento do ser humano.

Os princípios cooperativos, apresentados a seguir, são as linhas orientadoras através das quais as cooperativas levam os seus valores à prática.

a) 1º princípio – adesão voluntária e livre: as cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e assumir as responsabilidades como membros, sem discriminação de sexo, idade, raça, preferências políticas e religiosas;

b) 2º princípio – gestão democrática e livre: as cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. A diretoria eleita agirá por delegação e com responsabilidade para com os associados. Os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto). Todo associado tem direito a um voto, seja qual for o valor de suas quotas de capital; todo

associado pode desta forma votar e ser votado, e assim participar da gestão da sociedade;

c) 3º princípio – participação econômica dos sócios: os sócios contribuem equitativamente para o capital de suas cooperativas e controlam-no democraticamente. Parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa. – Os sócios recebem, habitualmente, se houver, uma remuneração, limitada ao capital integralizado, como condição de sua adesão. O destino dos excedentes visa sempre o desenvolvimento da cooperativa, seja por meio da criação de reservas legais, em benefício dos sócios, nas transações com a sociedade, ou através de apoio a outras atividades, sendo imprescindível a aprovação via assembleia;

d) 4º princípio – autonomia e independência: as cooperativas são organizações autônomas de ajuda mútua, sob controle de seus membros. As relações das cooperativas com outras organizações, sejam públicas ou privadas, devem ser exercidas de modo a preservar seu controle democrático e autônomo;

e) 5º princípio – educação, formação e informação: as cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos colaboradores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral, particularmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação. É dever das cooperativas prestar assistência técnica, educacional e social para os seus associados, devendo constituir um fundo, previsto em estatuto, para garantir a realização desse princípio.

f) 6º princípio – intercooperação: além de suas atividades específicas de atendimento aos associados, as cooperativas trabalham juntas, regidas por estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais, que permitem manter o desenvolvimento, o fortalecimento e a sustentação do movimento cooperativo.

g) 7º princípio – interesse pela comunidade: as cooperativas buscam o conhecimento além do mercado onde atuam, conhecem a comunidade onde se inserem, trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros.

Esses são os Princípios Cooperativistas, que dão grandioso sentido social e democrático a esse tipo de organização, tendo em vista o capital como instrumento para realização de seus objetivos, não como elemento determinante de sua constituição.

Classificação das cooperativas

As sociedades cooperativas são classificadas como:

1) Cooperativas Singulares ou de Primeiro Grau – quando destinadas a prestar serviços diretamente aos associados. É a primeira unidade do sistema. No Brasil, para se formar uma cooperativa singular, é preciso um mínimo de 20 associados.

2) Cooperativas Centrais e Federações de Cooperativas ou de Segundo Grau – são aquelas constituídas por cooperativas singulares e que objetivam organizar, em comum e em maior escala, os serviços econômicos e assistenciais de interesse das filiadas, integrando, orientando suas atividades e facilitando a utilização recíproca dos serviços. Para se formar uma cooperativa central ou uma federação é necessário, no mínimo, três cooperativas singulares.

3) Confederações de Cooperativas ou de Terceiro Grau – são constituídas por centrais e federações de cooperativas e têm por objetivo orientar e coordenar as atividades das filiadas, nos casos em que o vulto dos empreendimentos transcenderem o âmbito de capacidade ou conveniência de atuação das centrais ou federações. Uma confederação é formada com o mínimo de três federações ou três centrais de cooperativas.

Tipos de sociedades cooperativas

Normalmente, as cooperativas evoluem da participação e do envolvimento das pessoas em grupos e associações, que buscam novas formas de atingirem seus objetivos pessoais, econômicos, financeiros, e até mesmo políticos. O modelo cooperativo tem sido usado para viabilizar negócios em vários campos de atuação. Para efeito de organização do sistema cooperativo, elas estão organizadas por ramos, conforme a área em que atuam. O objetivo principal dessa classificação é facilitar a organização vertical das cooperativas em federações, confederações e centrais, tanto para sua organização política como para viabilizar economia de escala, e assim adquirir competitividade no mercado. São os seguintes ramos em que se classificam as cooperativas brasileiras, segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB:

- a) Cooperativas Agropecuárias
- b) Cooperativas de Consumo
- c) Cooperativas de Crédito
- d) Cooperativas Educacionais
- e) Cooperativas Habitacionais
- f) Cooperativas de Infraestrutura
- g) Cooperativas de Mineração
- h) Cooperativas de Produção
- i) Cooperativas de Saúde
- j) Cooperativas Especiais ou Sociais
- k) Cooperativas de Trabalho
- l) Cooperativas de Transporte
- m) Cooperativas de Turismo e Lazer.

As cooperativas distinguem-se das demais sociedades pela ausência de lucro dos sócios. Em todo ato cooperativo, está ausente o lucro, e presente a cooperação. Enfim, cooperativa está sendo definida como uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessi-

dades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade coletiva e democraticamente gerido. O modelo cooperativo tem sido usado para viabilizar negócios em vários campos de atuação, de modo a propiciar melhor entendimento de formação, estrutura, composição e participação nos diversos setores econômicos.

Conforme Ricciardi e Lemos (2000, p. 9):

O Cooperativismo baseia-se na solidariedade entre as pessoas, razão para que seja um instrumento de promoção humana e não apenas o mecanismo para buscar resultados econômicos. Não há como perder de vista que ele é uma resposta econômica para um problema socioeconômico, a qual se evidenciou, originalmente, em contraponto ao desemprego decorrente da Revolução Industrial.

Comércio eletrônico – A era da internet

É absolutamente intrigante a forma como algo de estrutura invisível, que associa o real ao imaginário, o concreto ao virtual, pode mudar a vida das pessoas. A Internet, com suas soluções virtuais, atua assim. Aos poucos, toma conta da vida das pessoas e, ao oferecer infinitas possibilidades de intercâmbio de informações e de dados, altera práticas tradicionais, como o comércio, que enfrenta uma espécie de casamento com a nova realidade tecnológica.

“A grande força da Internet como canal de comunicação é a possibilidade do usuário ir diretamente à fonte de informação, dispensando os intermediários, que vão decodificá-la muitas vezes. de forma imprecisa, ou até incorreta”, afirma Dailton Felipini (2006).¹

A Internet é democrática e amplia a cidadania de seus usuários ao expandir o acesso direto à informação. “A Internet já alcançou mais de um quinto dos habitantes do planeta e está pre-

¹ http://www.e-commerce.org.br/artigos/era_da_informacao.php

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

sente no cotidiano de seus usuários”, conforme afirma Dailton Felipini (2006).²

Tabela 1. Quantidade de pessoas conectadas à Web no Brasil

Data da Pesquisa	População total IBGE	Internautas (milhões)	% da População Brasileira	Nº de Meses (base=jan/96)	Crescimento Acumulado (base=jul/97)	Fontes de pesquisa Internautas
2008/mar	191,9	50,00	26,1%	133	4.248%	InternetWorldStats
2007/dez	188,6	42,60	22,8%	130	3.604%	InternetWorldStats
2006/dez	186,7	30,01	17,2%	118	2.508%	InternetWorldStats
2005/jan	185,6	25,90	13,9%	106	2.152%	InternetWorldStats
2004/jan	178,4	20,05	11,5%	95	1.686%	Nielsen NetRatings
2003/jan	176,0	14,32	8,1%	83	1.143%	Nielsen NetRatings
2002/ago	175,0	13,98	7,9%	78	1.115%	Nielsen NetRatings
2001/set	172,3	12,04	7,0%	67	947%	Nielsen NetRatings
2000/nov	169,7	9,84	5,8%	59	756%	Nielsen NetRatings
1999/dez	166,4	6,79	7,1%	48	490%	Computer Ind. Almanac
1998/dez	163,2	2,35	1,4%	36	104%	IDC
1997/dez	160,1	1,30	0,8%	24	13%	Brazilian ISC
1997/jul	160,1	1,15	0,7%	18	-	Brazilian ISC

Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

Hoje, as pessoas buscam informação pela Internet, encontram outras pessoas pela Internet, se casam e se separam pela Internet, fazem compras, estudam, aprendem e trabalham utilizando a Internet.

De acordo com Dailton Felipini (2006):

Nós somos do século passado e a Internet, tal qual a conhecemos, surgiu depois de nós e representa mudanças comportamentais a serem adotadas. Por esse motivo alguns ainda

² http://www.e-commerce.org.br/artigos/era_da_informação.php

relutam em entrar na nova era, mas será impossível resistir por muito tempo. Faça os planos que quiser para sua vida pessoal e profissional, mas saiba que, de uma forma ou de outra, a Internet estará cada vez mais presente em sua vida. No que se refere às empresas, vale a pena refletir sobre a frase de Bill Gates: “Daqui a algum tempo só existirão dois tipos de empresas: as que estão na Internet e as que não estão em lugar algum.”³

A possibilidade das pessoas e empresas poderem se comunicar e interagir através da rede mundial de computadores é uma das faces de mudança em nossa sociedade, a que se chama Era da Informação, onde cada vez mais a informação digitalizada passa a ocupar um papel central em nossas interações sociais e em nosso dia a dia. Conforme Dailton Felipini (2002), “cada vez menos usamos papel e tinta para nos comunicarmos e mais textos digitados no computador, cada vez menos usamos dinheiro para transacionar mercadorias e sim informações de débito e crédito em nossas contas e cartões”.⁴

O mundo está mudando, e não existe mais a possibilidade de voltar ao estado inicial. A Internet vem se expandindo de forma definitiva, e em grande velocidade. Ela vem ajudando a promover uma demanda geral por novas aplicações eletrônicas voltadas tanto às atividades de negócios como a muitas outras atividades, de todos os tipos. Tudo isso sem contar com o fato de que estar na Internet é estar vinte e quatro horas no ar, sete dias por semana, durante todo o ano, como uma espécie de antena de abrangência completa, pronta para trocar informações.

A Internet é um dos grandes ícones da chamada economia moderna. Oferece terreno fértil para o jogo econômico deste novo milênio e motiva o surgimento de novas modalidades de competição, comportamento e comunicação empresarial, fazendo com

³ http://www.e-commerce.org.br/artigos/era_da_informacao.php

⁴ http://www.e-commerce.org.br/artigos/empresas_internet.php

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

que as organizações dos mais diversos setores abracem o desafio de concorrer em um ambiente virtual. (Teixeira Filho, 2001, pag. 28)

Tabela 2. Os 20 países com maior número de usuários da Internet

#	País ou Região	Usuários	Adoção da Internet	% de usuários	População (2008)	Crescimento dos Usuários (2000 – 2008)
1	China	253.000.000	19,0 %	17,3 %	1.330.044.605	1.024,4 %
2	Estados Unidos	220.141.969	72,5 %	15,0 %	303.824.646	130,9 %
3	Japão	94.000.000	73,8 %	6,4 %	127.288.419	99,7 %
4	Índia	60.000.000	5,2 %	4,1 %	1.147.995.898	1.100,0 %
5	Alemanha	52.533.914	63,8 %	3,6 %	82.369.548	118,9 %
6	Brasil	50.000.000	26,1 %	3,4 %	191.908.598	900,0 %
7	Reino Unido	41.817.847	68,6 %	2,9 %	60.943.912	171,5 %
8	França	36.153.327	58,1 %	2,5 %	62.177.676	325,3 %
9	Korea do Sul	34.820.000	70,7 %	2,4 %	49.232.844	82,9 %
10	Itália	34.708.144	59,7 %	2,4 %	58.145.321	162,9 %
11	Rússia	32.700.000	23,2 %	2,2 %	140.702.094	954,8 %
12	Canadá	28.000.000	84,3 %	1,9 %	33.212.696	120,5 %
13	Turquia	26.500.000	36,9 %	1,8 %	71.892.807	1.225,0 %
14	Espanha	25.623.329	63,3 %	1,8 %	40.491.051	375,6 %
15	Indonésia	25.000.000	10,5 %	1,7 %	237.512.355	1.150,0 %
16	México	23.700.000	21,6 %	1,6 %	109.955.400	773,8 %
17	Irã	23.000.000	34,9 %	1,6 %	65.875.223	9.100,0 %
18	Vietnã	20.159.615	23,4 %	1,4 %	86.116.559	9.979,8 %
19	Paquistão	17.500.000	10,4 %	1,2 %	167.762.040	12.969,5 %
20	Austrália	16.355.388	79,4 %	1,1 %	20.600.856	147,8 %
Os 20 Mais		1.115.713.572	25,4 %	76,2 %	4.388.052.548	284,5 %
Resto do Mundo		347.918.789	15,2 %	23,8 %	2.288.067.740	391,2 %
Total – Usuários Mundo		1.463.632.361	21,9 %	100,0 %	6.676.120.288	305,5 %

Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

Ainda de acordo com Teixeira Filho (2001, p. 28):

Por vontade própria ou por forças das circunstâncias, todo mundo está ou quer estar na Rede, para aproveitar e, preferencialmente, obter ganhos financeiros e institucionais a partir do potencial e da pluralidade disponíveis por meio da Internet. As maravilhas do mundo on-line despertam grande interesse, e o comércio eletrônico, um dos mais importantes segmentos da Rede, não escapa de ser o alvo de atenção especial.

Poucos acontecimentos tiveram tanta influência em nossa sociedade quanto o surgimento da Internet. Além de tornar muito mais ágil e eficiente a forma com a qual as pessoas se comunicam, procuram por informações e adquirem conhecimentos, a Internet possibilitou o surgimento de um novo canal de comercialização, chamado "comércio eletrônico".

Comércio eletrônico é mais do que a mera compra, venda de produtos *on-line*, é a parte mais visível de uma nova onda de negócios e investimentos em todo o mundo. Estimulados pela forte expansão e alta penetração da Internet nos mais variados setores da sociedade, empresas, órgãos governamentais, instituições financeiras e consumidores cada vez mais interagem-se através da grande rede mundial.

Comércio eletrônico ou e-commerce, ou ainda comércio virtual, é um tipo de transação comercial feita especialmente através de um equipamento eletrônico, como por exemplo um computador. O ato de vender ou comprar pela Internet é um bom exemplo de comércio eletrônico. Muitos ramos da economia agora estão ligados ao comércio eletrônico.

Comércio eletrônico é a forma *on-line* de compra e venda. Ou seja, pela Internet, você pode adquirir os mais diversos produtos

e serviços disponíveis na grande rede por meio das lojas virtuais. Você pesquisa, escolhe, especifica características – modelo, tamanho, cor, periodicidade – e a forma de pagamento. Depois recebe, dentro de um prazo determinado, o produto ou serviço diretamente em sua casa.⁵

O comércio eletrônico, que disponibiliza quase tudo por meio da Internet, é, na avaliação de muitos especialistas, a mais forte onda de mudança identificada na chamada nova economia, uma organização global de produção e consumo, fortemente baseada em tecnologia, comunicação e conhecimento.

Enquanto os consumidores vão, aos poucos, sentindo-se seguros com as compras *on-line*, as empresas investem em segurança e ampliam a oferta e a qualidade dos produtos e serviços. Nesse processo, acontece uma evolução, e novos hábitos vão, aos poucos, fazendo parte da vida de milhares de pessoas.

Turban e King (2004, p. 3): “(...) define comércio eletrônico como o processo de compra, venda e troca de produtos, serviços e informações por redes de computadores ou pela internet”. Eles definem o comércio eletrônico a partir de quatro perspectivas:

A perspectiva da comunicação – o CE (comércio eletrônico) é a distribuição de produtos, serviços, informação ou pagamentos por meio de redes de computadores ou outros meios eletrônicos.

A perspectiva de processo comercial – o CE é aplicação de tecnologia para automação de transações e do fluxo de trabalho.

A perspectiva de serviços – o CE é uma ferramenta que satisfaz a necessidade de empresas, consumidores e administradores quanto à diminuição de custos e à elevação dos níveis de qualidade e agilidade de atendimento.

A perspectiva on-line – o CE é a possibilidade de compra e venda de produtos e informações pela Internet e por outros serviços on-line.

⁵ <http://www.educacional.com.br/vidainteligente/clickdigital02/luca.asp>

A perspectiva da cooperação – o CE é um instrumento de mediação inter e intracooperativa dentro de uma organização.

A perspectiva comunitária – o CE é um ponto de encontro para os membros da comunidade poderem aprender, realizar negócios e cooperar uns com os outros.

Conforme Albertin, 1993, *apud* Connolly, 1997:

Os estudos do CE em geral são fortemente focados em segurança, criptografia, moedas e pagamentos eletrônicos, mas comércio é mais do que apenas a troca de dinheiro. Ele inclui pesquisa, desenvolvimento, marketing, propaganda, negociação, vendas e suporte, para citar apenas alguns aspectos. Considera-se que uma plataforma bem sucedida de CE irá melhorar todas essas atividades.

O ambiente empresarial, tanto em esfera mundial como nacional, tem passado por profundas mudanças, nos últimos anos. O amanhã é da Tecnologia da Informação (TI), que é uma importante ferramenta empresarial, pois altera as bases da concorrência e as estratégias empresariais. As organizações passaram a realizar seus planejamentos e criar suas estratégias voltadas para o futuro, tendo como uma de suas principais bases a TI, devido a seus impactos sociais e empresariais.

Atualmente, algumas das características do novo ambiente empresarial, tais como globalização, integração interna e externa das organizações, entre outras, têm confirmado as tendências da criação e utilização de mercado e comércio eletrônicos, os quais já são considerados como realidade. (Albertin, 1993)

Categorias de aplicação do comércio eletrônico

De acordo com Junior, 2007 *apud* O'BRIEN, 2004: “atualmente muitas empresas participam de três categorias básicas de

aplicações de comércio eletrônico: a de empresa-a-consumidor (B2C), a de empresa-a-empresa (B2B) e a de consumidor-a-consumidor (C2C)”.

Comércio eletrônico de empresa-a-consumidor B2C)

Comércio eletrônico do tipo B2C é necessariamente um tipo de transação comercial em que o comprador é uma pessoa física que, a partir de um computador pessoal, realiza suas buscas e adquire um produto ou serviço através da Internet. Pode-se dizer então que as soluções B2C são voltadas para os consumidores.

Comércio eletrônico de empresa-a-empresa (B2B)

Comércio eletrônico B2B, ou comércio eletrônico entre empresas, pode ser definido como a mudança dos processos físicos que envolvem as transações comerciais (envio e recebimento de cotações, troca de informações diversas etc.) por procedimento eletrônico. Normalmente são construídos com apoio de tecnologias baseadas na Internet, onde compradores e fornecedores encontram-se e fazem transação em tempo real.

Comércio eletrônico de consumidor-a-consumidor (C2C)

Dentre as classes de comércio eletrônico há, ainda, o comércio de consumidor-a-consumidor, uma importante estratégia de negócios, onde os comerciantes podem comprar e vender entre si, em um processo de leilão. Leilão assim como é feito tradicionalmente, onde tem-se um produto a se ofertar, que em seguida será vendido para quem der o maior lance. Essa categoria representa as relações comerciais entre duas pessoas físicas, sem que existam empresas diretamente envolvidas.

Ao contrário do B2B e do B2C, a transação do C2C *off-line* para o modelo *on-line* foi mais simples, porque existiam poucos negócios desse tipo no mundo real. Os classificados dos jornais talvez sejam um dos melhores exemplos do C2C *off-line*. Quanto

ao comércio eletrônico C2C *on-line*, tem-se como principais representantes os leilões virtuais, que possuem as mesmas características de um leilão tradicional, só que realizado através da Internet. (Junior, 2007)

Modelo integrado de comércio eletrônico

O modelo integrado de comércio eletrônico destaca as várias categorias que compõem o próprio ambiente do CE, na sua relação com o ambiente empresarial. Esse modelo tem sido utilizado com sucesso para o estudo da utilização de CE, com ênfase em suas aparências, valor, benefícios estratégicos e contribuições para o sucesso das organizações.

Assim está dividido o CE, em seu modelo integrado, conforme Albertin, 1993:

- **políticas e regras públicas** – estas estão relacionadas com os aspectos legais, de regulamentação dos setores e mercados, das normas oficiais etc.

- **políticas e padrões técnicos** – estes estão relacionados com os aspectos de padronização para a compatibilização dos componentes do ambiente técnico, políticas de tratamento e comunicação de informações, interfaces etc.

- **infovia pública** – é a rede formada tanto pela rede mundial Internet como pelos serviços *on-line* que tenham ligações com esta, sendo que a ênfase reside no acesso livre e de baixo custo, e na integração entre os vários ambientes sem nenhuma restrição, que inclui desde os terminais mais simples de acesso até meios de comunicação mais sofisticados, para grandes volumes de informações.

- **aplicações e serviços genéricos** – são aqueles oferecidos pelo ambiente, por meio dos seus provedores, serviços *on-line* e fornecedores, disponíveis a todos, tais como correio eletrônico, transferência de arquivos, salas virtuais, algoritmos e *softwares* de criptografia etc.

– **aplicações de comércio eletrônico** – são aquelas desenvolvidas com base nas camadas anteriores e que atendem as necessidades de uma organização ou grupo delas, tais como *home banking*, vídeo sob demanda, *shopping centers* virtuais etc.

Observando o modelo integrado, uma camada garante que as outras possam durar e fornecer-lhes o apoio e os recursos para que as demais possam se desenvolver. Cada camada tende a exigir o ajuste o progresso das demais, de acordo com sua própria evolução, necessidades e oportunidades que oferecem ao ambiente externo.

Os benefícios do comércio eletrônico

Poucas inovações na história da humanidade reúnem tantos benefícios potenciais como o CE. Conforme Turban e King, 2004, p. 12:

A natureza global da tecnologia, a oportunidade de atingir milhões de pessoas, a natureza interativa do CE, suas diferentes possibilidades de utilização, recursos e a rápida expansão da infra-estrutura que lhe dá suporte, especialmente da Web, resultam em inúmeros benefícios para as organizações, para os indivíduos e para a sociedade. Tais benefícios começam a se materializar e irão aumentar significativamente à medida que o CE se expandir. Não é sem razão que muitos dizem que a revolução do CE é tão profunda quanto as mudanças que acompanharam a Revolução Industrial.

Benefícios do comércio eletrônico para as organizações

A vantagem para as organizações é que elas não precisam de um espaço físico, o que diminui os custos com decoração, vitrines, segurança, saneamento etc.

O CE está disponível vinte e quatro horas por dia, sete dias na semana, expandindo o seu mercado, e assim as organizações conquistam rapidamente mais clientes e fornecedores, além de oferecerem serviços personalizados, de acordo com o perfil do consumidor.

Possibilidade de desconto maior no produto, ao analisar os custos, contratação e comissão de vendedores.

Baixo tempo de entrega das encomendas.

Facilidade no acesso a novos mercados e clientes, com esforço financeiro reduzido.

Apresentar qualidade e facilidade que traduzam a satisfação do cliente, pois este escolhe quem lhe dá mais confiança e melhor serviço.

Conhecimento constante do perfil de clientes, seus hábitos e regularidades de consumo.

Agilidade na divulgação de novos produtos ou promoções.

Benefícios e segurança do comércio eletrônico para os consumidores

Depois de realizar a primeira compra através da Internet, finalmente é rompida a insegurança inicial do consumidor, da ansiedade pela espera do produto, incerteza se o mesmo vai chegar ou não, mas depois que ele chega, que acontece tudo conforme o esperado, o consumidor inicia uma gradativa mudança de hábito, e se beneficia das ofertas e promoções exclusivas do comércio eletrônico.

Entre todos os atrativos que os mais diversos *sites* de compras apresentam, está o conforto de fazer tudo de dentro da própria casa, sem precisar enfrentar filas de caixas, ou muito menos ir de loja em loja para fazer pesquisas de preços. O preço dos produtos, na Internet, na maioria das vezes, é menor do que o da loja convencional. Podem-se localizar informações importantes e detalhadas sobre produtos e serviços e fazer comparações em questão de segundos, em vez de dias ou semanas.

O horário de funcionamento está ao dispor dos consumidores, sendo este vinte e quatro horas por dia, nos sete dias da semana, e ainda há facilidade de encontrar produtos e serviços que não estão disponíveis na própria cidade. Isso significa que o consumidor encontra de tudo na Internet: de carros a flores, de

passagens aéreas a CDs, inclusive leilões eletrônicos. O consumidor pode também desenvolver seus próprios produtos e serviços, desde um carro até uma camiseta.

Benefícios do comércio eletrônico para a sociedade

Os benefícios do CE para a sociedade são as melhorias no padrão de vida de serviços públicos, assim como, por exemplo:

A população dos países menos desenvolvidos e de áreas rurais pode hoje desfrutar produtos e serviços antes impossíveis de obter, inclusive cursos profissionalizantes ou superiores. O CE permite também que as pessoas trabalhem em casa ou que tenham de viajar menos a trabalho ou para fazer compras, o que resulta em menos trânsito nas ruas e na redução da poluição. Serviços públicos, como saúde, educação e assistência social agora também podem ser oferecidos pelo CE, com custos menores, ou melhor qualidade. Com o CE, médicos de regiões rurais, por exemplo, podem ter acesso a informações e tecnologia para tratar de seus pacientes. (Turbam e King, 2004, p. 15)

O Futuro do comércio eletrônico

A rotina de consumo está mudando, principalmente com a popularização do comércio eletrônico, que traz consigo uma série de características quanto à conquista, fidelização e conservação de relacionamento junto ao consumidor. O comportamento do consumidor *on-line* mudou, porque a Internet mudou.

O comércio eletrônico cresce de forma consistente no país, devido principalmente ao aumento da inclusão digital, porém, em um mercado tão disputado como esse, o importante é ter um diferencial competitivo, que faça com que os consumidores efetuem compras em sua loja virtual, e não na do concorrente.

Com as constantes modificações do mercado, as organizações precisam aumentar seus horizontes, mas antes disso precisam entender que a realidade do mundo globalizado de hoje é

bem diversa daquela do ano dois mil, que é ainda mais diferente do que o da década de 90. Assim, é necessário entender que as regras do negócio mudaram juntamente com a mentalidade e o discernimento dos clientes. Hoje o cliente produz informação sobre sua organização, a forma como é atendido nela, sobre as propagandas enganosas etc. Por isso, é fundamental que se proponha novas estratégias, pois de nada adianta a sua loja ter o melhor desempenho de comércio eletrônico, técnicas avançadas, e um *marketing* impecável, se nada a faz diferente dos seus concorrentes. Ter um produto de qualidade não é suficiente para que as pessoas prefiram a sua loja, é necessário criar um diferencial competitivo para se destacar no segmento, e não ser apenas mais um empreendedor do comércio eletrônico.

Até cerca de cinco anos atrás, eram comuns as dúvidas em relação a se efetivamente o comércio eletrônico daria certo, se uma quantidade razoável de pessoas teria acesso, se essas mesmas pessoas comprariam produtos e serviços, se esse canal de comercialização seria viável, e se as empresas negociariam também entre si através do comércio eletrônico. Hoje não se faz mais esse tipo de questionamentos. A realidade do mercado já comprova que a Internet veio para fazer parte da existência das pessoas e das empresas, e o comércio eletrônico é parte dessa realidade.

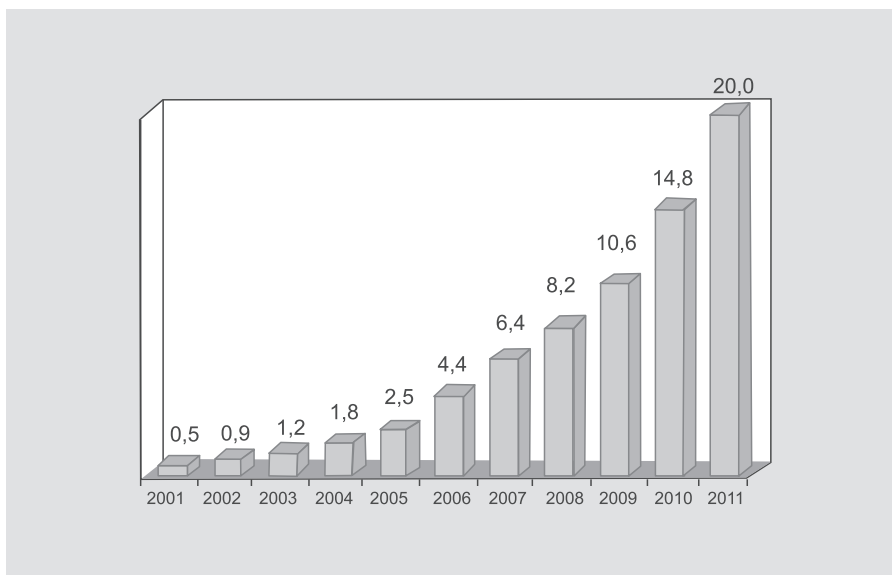
O fato concreto é que a quantidade de internautas e de consumidores on-line cresce firmemente, e impulsiona as vendas no comércio eletrônico para cima. Podemos citar as seguintes tendências para a Internet: cada vez mais pessoas estão conectadas à Internet; cada vez mais internautas estão comprando on-line; os consumidores estão aumentando a frequência de compras; os consumidores estão aumentando a média de gastos. E nisso não há nenhum mistério, o que pode realmente ser surpreendente é algum empresário não acreditar no enorme potencial do comércio eletrônico. (Dailton Felipini, 2003).⁶

⁶ http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_mantem_ritmo.php

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Gráfico 1. Faturamento do Comércio Eletrônico no Brasil – Bilhões



Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

Ano	Faturamento	Variação
2011 (previsão)	R\$ 20,00 bilhões	35%
2010	R\$ 14,80 bilhões	40%
2009	R\$ 10,60 bilhões	33%
2008	R\$ 8,20 bilhões	30%
2007	R\$ 6,30 bilhões	43%
2006	R\$ 4,40 bilhões	76%
2005	R\$ 2,50 bilhões	43%
2004	R\$ 1,75 bilhão	48%
2003	R\$ 1,18 bilhão	39%
2002	R\$ 0,85 bilhão	55%
2001	R\$ 0,54 bilhão	-

As empresas que não derem devido valor ao comércio eletrônico podem estar cometendo suicídio, pois o *website* é cada vez mais a porta de entrada às empresas. É onde elas fortalecem sua identidade, consolidam sua marca, interagem com clientes e fornecedores e vendem seus produtos. Um *site* inútil, que não realize de fato o comércio eletrônico, sugere ao consumidor a existência de uma empresa igualmente inútil, daí a certeza de que os concorrentes estarão sempre à espera de um clique de *mouse*. O princípio então é bem simples, o grande poder do comércio eletrônico não é apenas a possibilidade de se comprar coisas *on-line* e recebê-las em casa, mas como ele pode transformar para melhor a maneira como as pessoas vivem e trabalham.

Comércio eletrônico no Brasil

O uso da transmissão eletrônica e digital aplicada aos negócios para criar, alterar ou redefinir a importância entre organizações, ou entre estas e indivíduos, ou entre indivíduos, ao permitir a aquisição de bens, produtos ou serviços, e finalizar com a liquidação financeira por intermédio de meios de pagamento eletrônicos, é chamado de comércio eletrônico. O mercado mundial absorve o comércio eletrônico em grande escala através de conexões eletrônicas com clientes, fornecedores e distribuidores. O comércio eletrônico incrementa com eficiência as comunicações de negócio para ampliar a participação no mercado e manter a viabilidade de longo prazo no ambiente de negócio.

Existe uma certa tradição no mundo dos negócios de que tudo que ocorre nos Estados Unidos em termos de mercado ocorre no Brasil, alguns anos depois. O comércio eletrônico não foge a essa regra. As vendas por meio desta modalidade comercial da atualidade começaram a deslanchar nos Estados Unidos por volta de 1995, com o surgimento da Amazon.com e outras empresas. Cinco anos depois no Brasil, o comércio ele-

trônico começou a ser levado a sério, e diversas lojas virtuais apareceram no horizonte da Internet. Desde então, da mesma forma que o ocorrido nos Estados Unidos, as vendas por meio do comércio eletrônico não pararam de crescer no Brasil.⁷

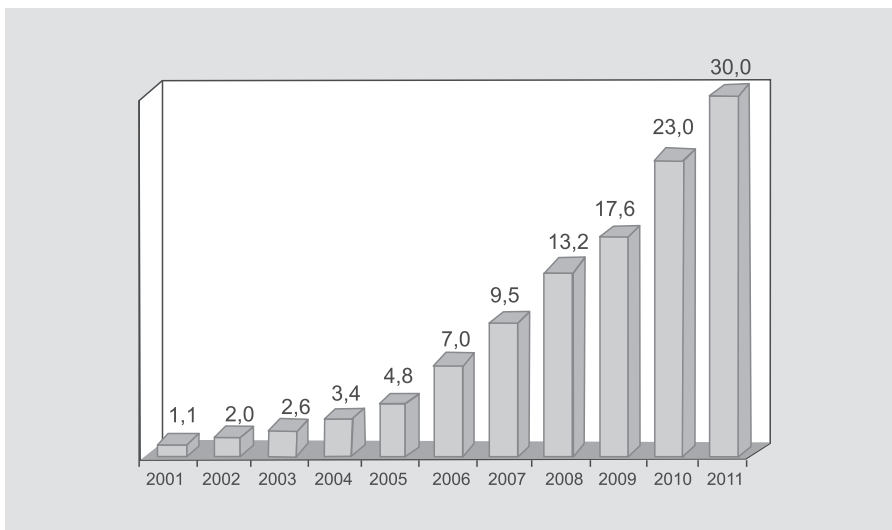
Há cerca de alguns anos atrás, quando o comércio eletrônico dava os passos iniciais, era preciso argumentar muito com as pessoas para tentar comprovar que a venda pela Internet iria se concretizar. Um número maior de consumidores *on-line* foi uma das causas para o acréscimo do volume de vendas do comércio eletrônico, mas não a única. Os compradores antigos também estão comprando com mais frequência, o que indica que o ato de adquirir o que se deseja pela Internet está deixando de ser uma novidade para se tornar um hábito.

O ato de comprar é de natureza comportamental. A compra on-line é um comportamento novo, um hábito que não está consolidado ainda, para a maior parte dos usuários da web, mas a aquisição desse hábito é um processo dinâmico, ainda que leve algum tempo até ocorrer. Basta analisar nosso próprio comportamento: a partir do momento em que pessoas próximas a nós, as mais “ousadas”, começaram a realizar compras pela Internet, tivemos um estímulo positivo para fazer o mesmo, e um belo dia lá estávamos nós arriscando a compra de um livrinho ou CD pela Internet. A partir da primeira compra, ao sentir a facilidade e a comodidade de comprar pela Internet, criamos aos poucos o hábito da compra on-line, e nos transformamos em consumidores, aumentamos a frequência de compras e o valor dos bens adquiridos. Evidentemente a velocidade desse processo é peculiar a cada indivíduo, e provavelmente tenhamos pessoas que nunca comprarão pela Internet, mas tudo indica que o hábito desse tipo de compra

7 http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_decola.php

se espalha à medida que mais pessoas se sentem seguras no ambiente virtual, que passam a repetir o comportamento da compra e, ao mesmo tempo, as empresas ponto-com ampliam a oferta e a qualidade dos produtos disponibilizados on-line, e melhoram o processo de comunicação e comercialização de seus produtos e serviços.⁸

Gráfico 2. Os Consumidores Eletrônicos no Brasil – Milhões



Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Consumidores	1.1	2.0	2.6	3.4	4.8	7.0	9.5	13.2	17,6	23,00	30,0
Crescimento .%	-	81%	30%	31%	41%	46%	36%	39%	33%	30%	30%

Hoje é muito mais fácil comprar pela Internet, pois existe a possibilidade de o usuário ir direto à fonte de informação, de modo que não irá se incomodar, portanto, em sair de loja em loja para escolher o produto que deseja. A nossa geração é uma gera-

⁸ http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_brasil2.php

ção de mudanças. Nós presenciamos o surgimento desse mundo virtual, chamado Internet, e fomos forçados a nos adequar a essa nova realidade.

*Para as novas gerações, que estão surgindo em um mundo já conectado, a realização de transações on-line, como divertir-se, comunicar-se, pesquisar, aprender e comprar serão realizadas com a mesma familiaridade com que hoje nós utilizamos o telefone, ou ligamos a televisão. O fato é que o processo de integração a essa nova realidade, que para nós pode ser assustador, será para as novas gerações uma grande e divertida brincadeira, de tal forma que a compra on-line ocorrerá de modo extremamente natural.*⁹

O comércio eletrônico no Brasil já é um fato, o País apresenta altas taxas de crescimento, e as expectativas são de um crescimento ainda maior para os próximos anos. O comércio eletrônico no Brasil vem impressionando pela sua vitalidade, criatividade, e novas lojas virtuais, nos mais diversos segmentos, surgem a todo momento, e também outras formas de comércio eletrônico, como por exemplo os sites de compras coletivas.

Conforme Turban e King (2004, pag. 19):

Fatores econômicos, sociais e tecnológicos criaram um ambiente de negócios altamente competitivo, no qual o consumidor está adquirindo cada vez mais poder. E esses fatores podem mudar rapidamente, às vezes de maneira imprevisível. Temos que ter sempre em mente a velocidade com que as coisas podem mudar. Deve-se estar preparado para agir rápido quando a situação exige. As empresas devem agir rápido aos problemas e às oportunidades resultantes desse novo ambien-

⁹ http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_brasil2.php

te de negócios. Como sempre se espera que a velocidade das mudanças e o nível de incerteza aumentem, as empresas operam sob pressão cada vez maior para criar novos produtos, de forma mais rápida e utilizando menos recursos de forma a agradar o seu consumidor.

Para um País com pouco mais de dez anos de vida no comércio eletrônico, o Brasil já desponta como uma das potências nesta área. Vários modelos de negócio têm surgido a cada dia, e a criatividade dos empresários nacionais tem feito do Brasil um foco das atenções para qualquer grande empresa, mesmo aquelas que há alguns anos viam nosso mercado como muito pequeno, e por isso ignoraram muitas vezes nosso potencial.

Para quem vive o cotidiano da Internet, como é o caso das empresas ponto-com, justificativas para investir nesse novo canal podem parecer estranhas. Mas para as empresas tradicionais, já com um bom tempo de mercado e de sobrevivência às crises e modismos, vale a pena rever alguns pontos fundamentais que tornam a não-presença da Internet quase que uma não-alternativa.¹⁰

Esse procedimento de mudança de internautas em consumidores *on-line* ocorre a um ritmo distinto em cada país, pois depende de variáveis diferentes, como o nível educacional da população, renda, grau de segurança disponibilizado, desenvolvimento das empresas, entre outras. Mas o fato real indicado pelos dados históricos e pelas análises é que o percentual dos compradores em relação aos usuários aumenta ao longo do tempo, em praticamente todos os países.

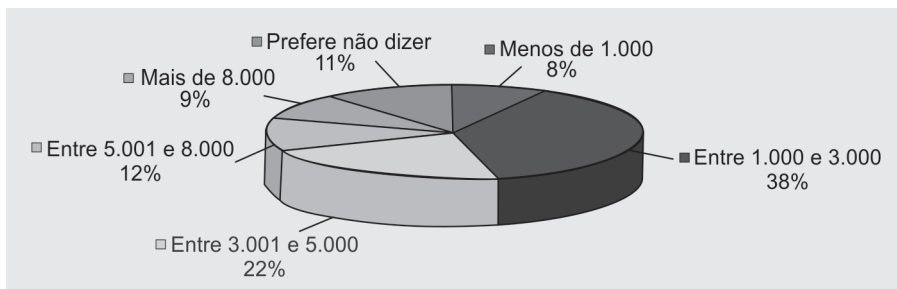
Os gráficos a seguir apresentam o perfil do consumidor brasileiro:

¹⁰ http://www.e-commerce.org.br/artigos/empresas_internet.php

Visões do Cooperativismo

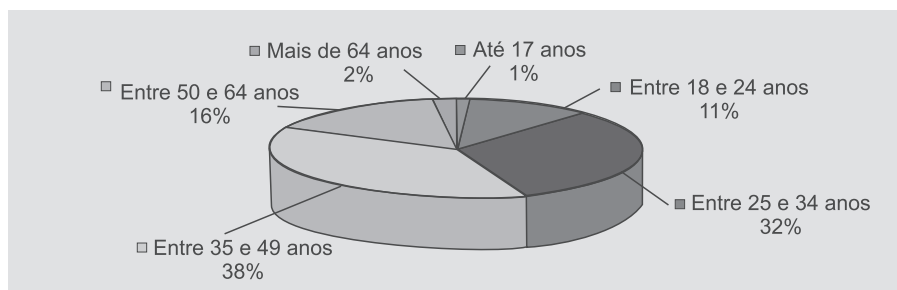
Marcio Roberto Palhares Nami

Gráfico 3. Renda Familiar - Quantidade de Transações (R\$ / mês)



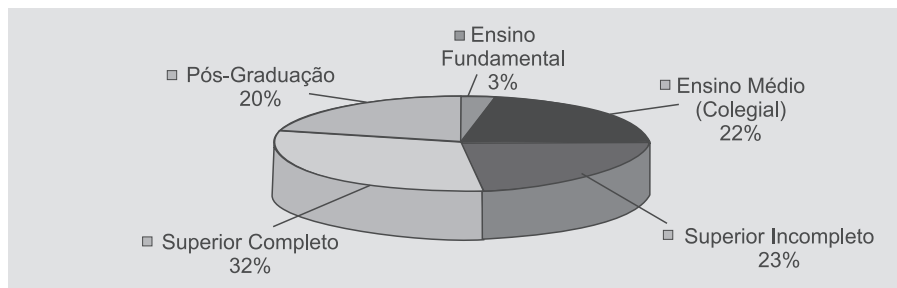
Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

Gráfico 4. Faixa Etária - Quantidade de Transações



Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

Gráfico 5. Escolaridade - Quantidade de Transações



Fonte: www.e-commerce.org.br/stats.php

A chave para se perceber a grande e contínua expansão do comércio eletrônico é o aumento do número de consumidores. Dentre os novos consumidores incluem-se pessoas das mais diferentes faixas etárias, particularmente adultos que nasceram antes da Internet, e que tiveram que adquirir uma nova conduta: a realização de compras *on-line*.

É possível que alguma parte dos adultos de hoje, que dispõe de acesso à Internet, nunca adquira esse novo hábito, mas é difícil imaginar que os jovens nascidos e criados junto com a Internet não se tornem *e-consumidores* contumazes nos anos vindouros, de modo a expandir ainda mais o mercado e jogar mais combustível no desempenho do *e-commerce*. Outro fator positivo a ser considerado é a firme penetração da Internet nas camadas de mais baixa renda, que possibilita a expansão do consumo, particularmente de produtos que, pelas suas características, não eram muito comercializados, até então.¹¹

Inúmeros fatores estão levando as pessoas a mudarem de comportamento a respeito da realização de comprar através da Internet, e não mais através das lojas tradicionais. Porém, dois desses fatores devem ser destacados: a praticidade da compra *on-line*, principalmente nas grandes cidades e nas mais afastadas dos centros distribuidores; e a economia de recursos, uma vez que, invariavelmente, o preço dos produtos adquiridos na Internet é menor do que o preço apresentado pelas lojas físicas. Então, esses dois fatores juntos representam uma maior motivação, quase que irresistível, para as compras *on-line*.

As perspectivas do comércio eletrônico

O comércio eletrônico do Brasil cresce rapidamente, como consequência do acréscimo na quantidade de pessoas em busca de serviços e produtos pela Internet. As vendas pela Internet, utilizando-se de outras ferramentas que não os tradicionais sis-

¹¹ http://www.e-commerce.org.br/artigos/comercio_eletronico_2007.php

temas de lojas virtuais, sofrem um grande incremento. Os *blogs* e os pequenos *sites* ocupam cada vez mais espaço no comércio eletrônico. Além disso, formas de pagamento terceirizadas, como o PagSeguro e o pagamento digital, asseguram facilitar ainda mais a integração desses *sites* com as formas de pagamento *on-line*, como os cartões de crédito e as transferências eletrônicas.

O consumidor aprovou o comércio eletrônico, e por isso vai cobrar ainda mais a respeito das transações que realiza através da Internet. O fator preço será cada vez mais importante na decisão de compra. FELIPINI, Dailton, não tem dúvida de que o comércio eletrônico continua crescendo por três principais motivos:

- **conveniência:** comprar pela Internet se torna mais prático, principalmente nos grandes centros, onde o trânsito dificulta cada vez mais a locomoção.

- **economia:** comprar na Internet é comprovadamente mais barato, e isso deve continuar a impulsionar a sua expansão.

- **ascensão das classes C e D:** a Internet começa a se popularizar, e estar na Internet é um passo para comprar na Internet.¹²

O que se percebe é que cada vez mais pessoas utilizam o comércio eletrônico para contratar serviços ou adquirir produtos *on-line*, e assim perdem aos poucos o medo pela quebra de sigilo ou falta de segurança, que havia anteriormente nas compras pela Internet.

São duas as enormes tendências para o comércio eletrônico brasileiro. A primeira se refere ao aumento no uso de dispositivos móveis para comparação de preços ou compras *on-line*. A segunda são os *blogs* e pequenos *sites*, que vão ocupar cada vez mais espaço no *e-commerce*, graças aos novos aplicativos, que facilitam as vendas.

¹² <http://www.magoweb.com/clinicadigital/2010/12/10/perspectivas-para-o-e-commerce-em-2011/>

Está mais do que provado que o comércio eletrônico é um excelente meio para maximização dos lucros das organizações, sendo que existe uma tendência de que a maioria dos empresários invista cada vez mais nesse tipo de aplicativo, que possui um baixo custo de implantação e um retorno bastante atraente.

É preciso estar atento para a velocidade e a abrangência com que as mudanças estão ocorrendo. “Quanto mais rápida e mais ampla a transição para uma nova era, maior o potencial de ruptura, em contraste com uma transferência ordenada de poder dos antigos vencedores para os novos vencedores.” (Friedman, Thomas L. 2007, pag. 65)

Ainda de acordo com Friedman, Thomas L. (2007, pág. 65):

Em outras palavras, a experiência das empresas de alta tecnologia que, nas últimas décadas, não conseguiram acompanhar a frenética sucessão de transformações provocadas no seu mercado por esse tipo de forças talvez constitua um aviso para todas as empresas, instituições e Estados-nação que hoje se defrontam com essas mudanças inevitáveis, e até previsíveis, mas às quais faltam liderança, flexibilidade e imaginação para se adaptarem – não por não disporem de suficiente inteligência ou discernimento, mas tão-somente por estarem sendo sobrepujadas pela velocidade das transformações.

E é por esse motivo que o grande desafio dos nossos tempos será absorver tais transformações de forma a não atropelar as pessoas ou deixá-las para trás. Não será nada fácil, mas é o que temos que fazer, pois todos desejam o crescimento econômico, mas ninguém quer mudança.

Comércio eletrônico e as instituições financeiras

De uma forma equivocada, algumas pessoas acreditam que o comércio eletrônico se faz presente apenas em *sites* de compra

e vendas de produtos. Porém, não é o que se constata ao observarmos que a tecnologia da informação é fundamental para as instituições financeiras, sendo uma das maiores e mais poderosas influências a serem consideradas no planejamento dessas instituições.

A maioria das instituições financeiras utiliza a tecnologia da informação para interligar todas as suas agências em nível nacional, a fim de processar um número muito grande de transações e atender uma quantidade de clientes, dentro e fora das agências, de forma rápida e protegida. Essas instituições se apóiam na tecnologia da informação, investem alto nessas tecnologias, e apresentam um enorme esforço organizacional para a assimilação e utilização das novas tecnologias, que vão surgindo.

As utilizações, presentes e futuras, e os esforços organizacionais são similares e complementares, cobrindo de forma muito satisfatória uma possível relação entre os aspectos, valores, benefícios estratégicos e contribuições para o sucesso do comércio eletrônico no que se refere às instituições financeiras.
(Albertin, 1993)

A tecnologia e o comércio eletrônico permitem o desenvolvimento de novos produtos e serviços, e vêm aos poucos mudando a interação entre as instituições financeiras e seus clientes. As inovações da tecnologia têm viabilizado aos clientes os seguintes serviços: envio de *e-mail* a instituição, acesso eletrônico de extrato de banco, consultar saldos atualizados a qualquer hora, transferência de dinheiro entre contas, pagamento eletrônico de faturas, pagamento *on-line* com cartões de crédito, administrar finanças quando em viagem. Essas, dentre outras, incluem as atividades que podem, através de um computador, ser executadas em casa, na empresa ou em trânsito por um cliente de uma instituição financeira, sem precisar se dirigir à instituição física.

“Serviços realizados eletronicamente poupam tempo e dinheiro aos usuários.” (Turbam e King, 2004, pag. 91)

Muitas instituições utilizam o comércio eletrônico como uma importante estratégia competitiva, pois aumentam o seu poder na divulgação de produtos e serviços, devido à facilidade de incluir novas funcionalidades, e ao número crescente de clientes que as utilizam, pois permitem um acesso mais fácil aos produtos e serviços. Esses também são os motivos de as instituições considerarem as aplicações do comércio eletrônico como de grande potencial, pois significam um novo canal de vendas, principalmente para aqueles clientes que procuram formas de evitar a sua presença física nas agências.

Pode-se então perceber que já é significativo o número de clientes que possuem conhecimento e recursos necessários à utilização dessa nova tecnologia. Sendo assim, podemos considerar que o computador continuará sendo o terminal doméstico. Porém, mesmo com toda tecnologia, o atendimento pessoal nas agências continuará existindo, respeitando os motivos culturais dos clientes e o modelo de negócio das instituições. Não haverá uma substituição completa, mas sim uma complementação e agregação de novas tecnologias e novos produtos.

ESTUDO DE CASO

Cooperativa de Crédito de Mendes e o comércio eletrônico

A Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda., do tipo Luzzatti, está localizada em Mendes, uma pequena cidade da região centro-sul fluminense, no interior do Estado do Rio de Janeiro. Foi fundada em 20 de outubro de 1929, e é a cooperativa do ramo crédito mais antiga em funcionamento ininterrupto no país.

A Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda. está filiada à OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras e vinculada à Confederação Nacional das Cooperativas do Sicoob – Sicoob Brasil,

que disponibiliza através de contrato de sessão de uso o SISBR – Sistema de Informática do Sicoob Brasil. Participa da Câmara de Compensação Nacional através do convênio com seu principal parceiro, o Banco Cooperativo do Brasil – Bancoob, que é destaque no *ranking* dos cem maiores bancos brasileiros.

A Cremendes sempre preservou o bom atendimento aos seus associados. A cultura de ser bem atendido e o ambiente agradável durante a realização das transações é o que faz o associado querer voltar sempre e ser atendido por pessoas, que possam orientar e esclarecer as dúvidas.

Porém, com o avanço da tecnologia, e a velocidade com que as coisas acontecem, a Cremendes não pode ficar para trás. Existem sim aqueles associados que necessitam estar em contato com pessoas para realizar suas transações, mas existem também aqueles que avançam junto com a tecnologia, e que realizam suas operações com toda tranquilidade através de um computador, seja em casa ou em qualquer outro lugar onde estiverem. Baseando-se nessa situação, surge a possibilidade de estudar o comércio eletrônico na Cremendes, como esse avanço tecnológico é aceito pelos associados.

O foco do comércio eletrônico no caso da Cremendes está na realização de transações entre a empresa e o associado. E essa busca pela inovação vem acrescentar à Cooperativa uma nova forma de crescimento, pois é através da Internet que surgem novas formas de se divulgar os produtos, e de atingir novos associados.

Há cerca de seis anos, a Cremendes criou o *site*, que pode ser acessado através do *link* www.cremendes.com.br. Ali os associados podem obter informações institucionais da Cooperativa, informações sobre a organização e as normas que regem a Cooperativa, informações sobre produtos e serviços. Também podem consultar os artigos cooperativistas, entrar em contato com a ouvidoria, acessar o portal do Sicoobcard, e ainda consultar o extrato de sua conta-corrente, pois ele encaminha o associado de forma direta ao do Sicoob.

Através do convênio com o Bancoob, a Cremendes utiliza a intranet, o que possibilita realizar o pagamento de alguns impostos através do SPB – Sistema de Pagamento Brasileiro, além de outras operações diárias do movimento da Cooperativa. Também é possível solicitar através do GRI – Gerenciador de Requisições e Incidentes as ocorrências referentes a acertos de documentos e esclarecimentos de dúvidas, no que se refere à utilização do sistema. Conclui-se então que, ao realizar as operações através da Internet, o comércio eletrônico na Cremendes aos poucos começa a funcionar.

Utilização do comércio eletrônico na Cooperativa de Crédito de Mendes

Utilização dos cartões de crédito

Em 2002, o Bancoob realizou parceria com uma das maiores bandeiras de cartão de crédito do mercado. Com a disponibilização deste novo produto, foi realizada campanha de divulgação na Cooperativa, e cerca de 10% dos associados ativos adquiriram o cartão.

Posteriormente, foi disponibilizado novo convênio com bandeira concorrente, que oferecia menores custos. O que levou muitos usuários a não renovarem seus cartões, e outros a migrarem para a nova opção.

Hoje, poucos associados utilizam o primeiro cartão, onde o limite por associado está próximo à média de dois mil e cem reais.

Os limites disponibilizados para os cartões de crédito estão relacionados ao capital da Cooperativa e à porcentagem de seu investimento no sistema. Atualmente, 3,77% dos correntistas possuem cartão com a nova bandeira, e o limite atribuído a cada associado está em torno de novecentos e quarenta reais. Em setembro de 2011, ocorreram 260 operações, e o *ticket* médio estava em duzentos reais.

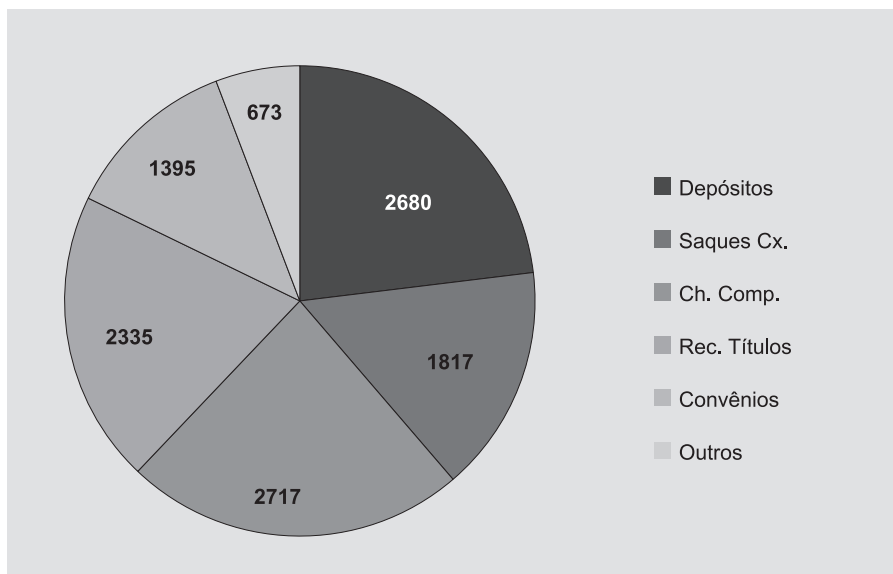
Utilização de talões de cheques e de cartões de débito

De acordo com a Resolução 3.919 do Banco Central, todo correntista tem direito aos serviços essenciais, entre os quais o fornecimento de dez folhas de cheques por mês e um cartão com função débito. Na Cremendes, o cartão de débito tem validade de cinco anos e mensalmente é disponibilizado gratuitamente um talão de cheques com vinte folhas para os associados.

Nas transações realizadas na Cooperativa, através dos caixas, durante o mês de setembro de dois mil e onze, foram registradas 8.900 operações.

Na retaguarda, mais de 2.700 cheques foram compensados, o que totaliza um volume superior a um milhão e duzentos mil reais, que representa uma média de 129 cheques compensados diariamente.

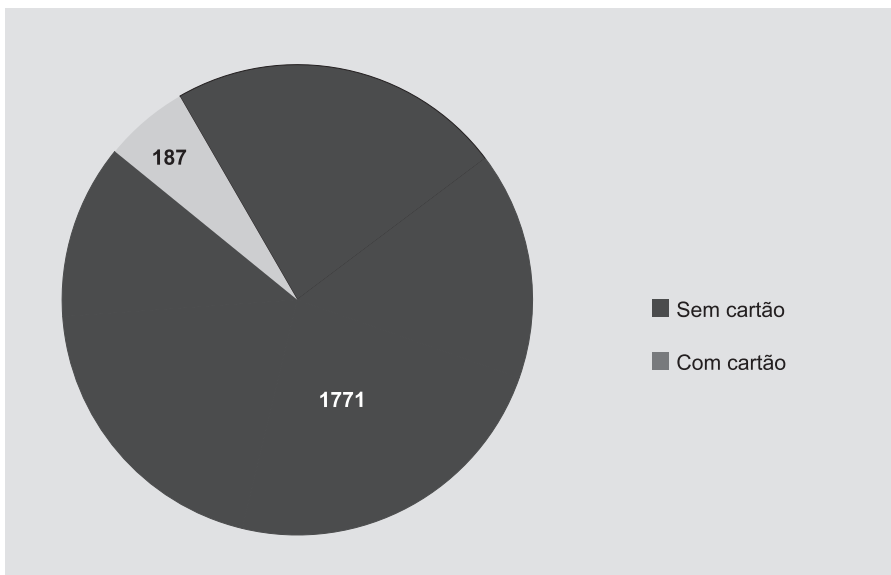
Gráfico 6. Ocorrências por tipo de operação



Fonte: Adaptado Cremendes

Nos últimos anos, o sistema começou a disponibilizar cartão com função débito para os associados com vistas a maior segurança, comodidade e redução de custos. Segundo a Gestão de Cartões do Bancoob e o portal Sicoobcard, até agosto de dois mil e onze, cerca de 10% dos correntistas da Cremendes haviam adquirido o cartão com a função débito, e o volume mensal de operações representou apenas 1% do total de cheques compensados.

Gráfico 7. Perfil dos Correntistas



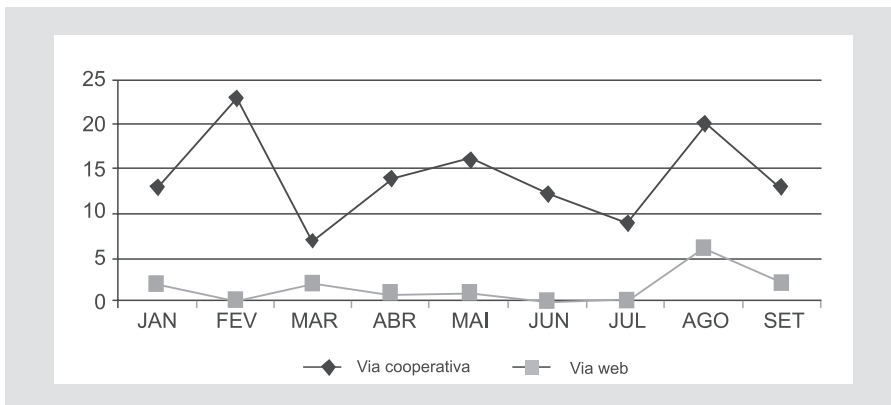
Fonte: Adaptado de Cremendes e Sicoobcard

Sistema de pagamento brasileiro e as transferências via Web

No Sistema de Pagamentos Brasileiros – SPB, disponível desde 2007, são realizadas operações de transferências entre contas-correntes em tempo real.

Na Cooperativa de Crédito de Mendes, até o terceiro trimestre de 2011, o SPB foi utilizado por menos de 3% dos associados, o que registrou uma média de 15 transações mensais, e o volume de operações via *web* ficou em torno de 11% do total das transações realizadas pela Cooperativa em igual período.

Gráfico 8. Transferência de Valores entre Contas-Correntes



Fonte: Bancoob/SPB

O Sicoobnet

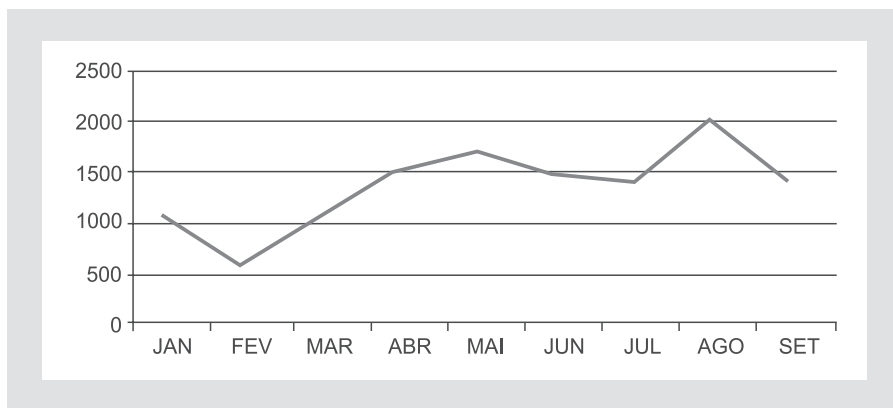
O Sicoobnet Pessoal é *banking* do Sicoob na Internet. Mais de 400 mil associados das cooperativas do Sicoob já o utilizam diariamente para realizar operações financeiras. Foi desenvolvido para o associado utilizar os produtos e serviços da cooperativa pela Internet, em qualquer lugar do mundo, a qualquer hora do dia e da noite. Com visual mais moderno, e melhorias na navegação e uso, agora o cooperado pode realizar suas transações com poucos cliques, de forma rápida e segura.

Na Cremendes, cento e oitenta e sete associados utilizam a *web* para acessar os produtos e serviços disponíveis, e sua principal utilização está concentrada na consulta de saldos, extratos e faturas.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

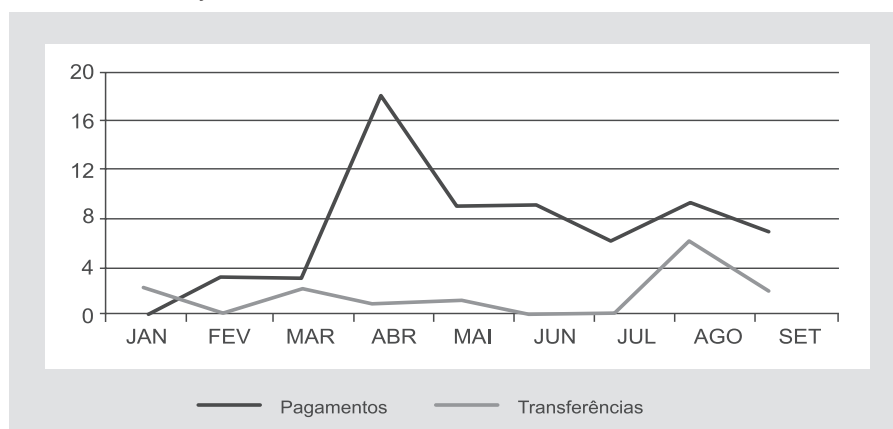
Gráfico 9. Utilização do Sicoobnet em 2011



Fonte: Adaptado de Sicoobnet

O Sicoobnet oferece uma grande variedade de transações *on-line*, porém a maioria dos associados ainda não utiliza as opções de serviços disponíveis na Internet. De certa forma, seria uma economia muito grande no tempo dispensado para se dirigir até a agência. Porém, a cultura de frequentar a agência e ser atendido por pessoas ainda é predominante.

Gráfico 10. Movimentação Financeira via web



Fonte: Adaptado de Sicoobcard

Em setembro de 2011, dois mil, trezentos e trinta e cinco títulos foram recebidos pela Cooperativa de Crédito de Mendes, e através do gráfico acima podemos identificar que apenas sete operações foram realizadas através do Sicoobnet, um número considerado muito baixo, em função do benefício proposto pela nova tecnologia.

A Internet criou uma revolução nos meios de comunicação, pois ela se desenvolve de forma definitiva e em grande velocidade. A *web* se fortifica a cada dia como canal mais eficiente de interligação entre organizações e consumidores, sejam pessoas físicas ou jurídicas.

Com a elaboração deste trabalho, foi possível concluir que o comércio eletrônico apresenta muitas vantagens para seus usuários, dentre essas, muito mais facilidade e comodidade na realização de compras e transações eletrônicas.

Através do estudo de caso, realizado na Cremendes, foi possível observar que os associados, ainda de forma predominante, preservam o atendimento tradicional. Mas a inovação através do comércio eletrônico dispõe de meios os quais permitem mais facilidade e agilidade no processo das operações. Porém, isso não significa que o atendimento nas agências deixará de existir, pois ainda será preservada a cultura dos associados em querer ser atendidos por pessoas.

O estudo de caso apresentou um número muito baixo, no que se refere à utilização do *internet banking* do Sicoob – o Sicoobnet Pessoal, à utilização do SPB, e até mesmo do cartão de débito em relação ao uso de cheques. Percebe-se então que poucos associados utilizam os benefícios disponíveis pelo sistema.

Mas o que acontece é que a utilização de cartões de débito e crédito, e as operações realizadas via Internet, tais como a transferência de recursos, os pagamentos de títulos e o débito autorizado, entre outros, ainda são em sua maioria desconhecidos pelos associados.

Conclui-se então que o baixo volume das operações representa grande potencial a ser explorado pela Cremendes, em busca de melhor demonstração dos serviços oferecidos via Internet para uma melhor assimilação por parte dos associados.

O sincronismo do ambiente tecnológico do Sicoob com as novas tecnologias, em seus mais diversos canais de comunicação, haja vista ser a primeira instituição financeira a disponibilizar acesso da conta-corrente através de uma das maiores redes sociais, o *Facebook*, demonstra a necessidade da Cremendes em continuar se atualizando e qualificando seus colaboradores para melhor atendimento a esta crescente demanda, e este novo mercado.

Referências Bibliográficas

- ACI. Aliança Cooperativista Internacional. *Anais do Congresso Cooperativista*, Buenos Aires, Argentina, ACI, 1995.
- ALBERTIN, Alberto Luiz. *Comércio Eletrônico: um estudo no setor bancário*. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65551999000100004&script=sci_arttext> Acesso em 16.08.2011
- FELIPINI, Dailton. *E-Commerce mantém o ritmo: que ventos impulsionam o e-commerce*. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_mantem_ritmo.php> Acesso em 16.09.2011
- FELIPINI, Dailton. *A Era da Internet*. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/era_da_informacao.php> Acesso em 16.09.2011
- FELIPINI, Dailton. *Por que as empresas estão investindo na Internet*. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/empresas_internet.php> Acesso em 16-09.2011
- FELIPINI, Dailton. *O e-commerce decola também no Brasil*. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/ecommerce_decola.php> Acesso 14/10/2011

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

JUNIOR, Edson Almeida. *Comércio Eletrônico*. Disponível em:
<<http://www.edsonalmeidajunior.com.br>> Acesso em 16.08.2011

NAMI, Marcio. *Viabilidade das Cooperativas Abertas: um estudo de caso da Cooperativa de Crédito de Mendes Ltda*. Editora Publit, 2009.

Resolução 3.919 de 25/11/2010 – Baco Central do Brasil

RICCIARDI, Luiz. LEMOS, Roberto Jenkins de. *Cooperativa, a Empresa do Século XXI*. Editora LTR, 2000.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. *Comércio Eletrônico*. Senac. 2011

TURBAN, Efraim. KING David. *Comércio Eletrônico: Estratégia e Gestão*. Prentice Hall, 2004.

WOOLLEMBORG, Leone. *Teoria e Definições Cooperativistas*. Confedbras, 2005.
<<http://www.confedbras.com.br/cooponline>>
<<http://www.cremendes.com.br>> Acesso em 14/10/2011
<<http://www.e-commerce.org.br/stats.php>> Acesso em 17/10/2011
<<http://www.educacional.com.br/vidainteligente/clickdigital02/luca.asp>>
Acesso em 16.09.2011

**NÚCLEO DE PENSAMENTO COOPERATIVISTA
UMA VISÃO DE FUTURO**

*Carlos José de Freitas
Luís Eduardo Pereira Ramos
Rosângela Pimentel Galhardo da Silva*

NÚCLEO DE PENSAMENTO COOPERATIVISTA UMA VISÃO DE FUTURO

*Carlos José de Freitas
Luís Eduardo Pereira Ramos
Rosângela Pimentel Galhardo da Silva*

Adaptado de Trabalho de Conclusão de Curso – apresentado ao curso MBA em Planejamento Financeiro em Cooperativa de Crédito de Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV *Management*.



Trata-se o presente trabalho da elaboração de um Plano de Negócios da Cooperativa de Crédito de Mendes para a construção de um Núcleo de Pensamento Cooperativista, que visa, em síntese, conscientizar os estudantes e a população de Mendes e região centro-sul fluminense da relevância do tema Cooperativismo, no

objetivo de identificar a importância de sua difusão para o desenvolvimento socioeconômico regional dos diversos grupos de interesses envolvidos, através da utilização de modernas ferramentas de gestão estratégica, que justifiquem o valioso benefício a ser gerado diante do custo financeiro do investimento.

A Cremendes é uma cooperativa do ramo crédito que, através da oferta de produtos e serviços financeiros diferenciados, há mais de 80 anos, contribui para melhorar a qualidade de vida na cidade de Mendes, e tem expectativas de difundir o conceito de Cooperativismo através da construção de um núcleo de referência em estudos cooperativistas para seus associados e demais interessados da região centro-sul fluminense.

O projeto do **Núcleo de Pensamento Cooperativista** visa, em síntese, conscientizar os estudantes e população de Mendes e outras cidades da importância e relevância do tema **Cooperativismo**, em seus diferentes ramos e linhas, por entender que somente através da criação de um espaço permanente será difundida a cultura da cooperação, de forma mais consistente, na região.

A estratégia inicial consiste na construção de um terceiro pavimento na sede da Cooperativa de Crédito de Mendes, espaço destinado exclusivamente a atividades ligadas ao desenvolvimento do tema Cooperativismo, a um custo estimado de R\$ 365.105,00.

O Conselho de Administração da Cooperativa de Crédito de Mendes se compromete formalmente, quando da criação deste espaço, a destiná-lo exclusivamente a atividades de educação, ensino, pesquisa e difusão do tema Cooperativismo, comprometendo-se inclusive a promover uma reforma estatutária para registrar e sedimentar tal fato, onde todas as atividades serão franqueadas não somente a associados, mas à população em geral.

O benefício para a região como um todo é inegável, pois serão atingidos, somente no município de Mendes, cerca de 1.500 alunos do ensino médio e fundamental, e, quando ampliamos este

escopo para os municípios limítrofes (Barra do Piraí, Piraí, Paracambi, Vassouras e Paulo de Frontin), este número passa dos 10.000 alunos potencialmente atendidos; isto, sem considerar os eventuais pesquisadores e interessados no tema de outras regiões e cidades do Brasil, bem como de outros países.

O acervo a ser incorporado engloba obras de diversas partes do Brasil e exterior.

Esta iniciativa demonstra o comprometimento da Cremendes, parceiros e colaboradores com a responsabilidade socioeconômica e cultural local ao oportunizar maior visibilidade e crescimento para os diversos grupos de interesses, na região.

Enfim, entende-se claramente que o benefício a ser gerado com a criação do Núcleo é exponencialmente maior que o custo financeiro do investimento.

A Construção de um Núcleo de Pensamento Cooperativista visa conscientizar os estudantes e população de Mendes e outras cidades da importância e relevância do tema Cooperativismo, em seus diferentes ramos e linhas, por entender que somente através da criação de um espaço permanente será possível difundir a cultura de cooperação de forma mais eficiente na região.

A Cooperativa de Crédito de Mendes pretende demonstrar neste Plano de Negócios a relevância do investimento para o desenvolvimento socioeconômico regional dos diversos grupos de interesses envolvidos.

No Capítulo I, o Plano Estratégico será apresentado a partir da descrição da empresa e do negócio, definição de cenário, indicadores de desempenho e aplicação do plano de ação para melhor avaliação da capacidade interna e de crescimento da organização.

As questões referentes ao Plano de Marketing serão devidamente tratadas no Capítulo II através de análises ambientais (Matriz SWOT), com vistas a atingir os objetivos estabelecidos pela Cremendes, na elaboração das estratégias passíveis de implementação.

Por sua vez, o Capítulo III tem por objetivo apresentar, no Plano Financeiro, a arquitetura organizacional e o investimento necessário para construção do Núcleo de Pensamento Cooperativista que, comparado ao patrimônio da cooperativa, contribui para a visualização do benefício a ser gerado diante do custo financeiro estimado.

Desta forma, o presente trabalho procura desenvolver no referencial teórico aspectos relativos à difusão do Cooperativismo, através da construção de um Núcleo de Pensamento Cooperativista.

Para o levantamento bibliográfico, foram analisadas abordagens constantes em livros, revistas especializadas, artigos e dissertações apresentadas em universidades.

PLANO ESTRATÉGICO

Direcionadores estratégicos

Visão – Ser referência na difusão do Cooperativismo na região centro-sul fluminense.

Missão – Promover qualidade de vida socioeconômica através do Cooperativismo.

Valores – As cooperativas são baseadas em valores de ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Conforme seus pioneiros, o Cooperativismo acredita nos valores éticos de honestidade, transparência, responsabilidade social e preservação do ambiente para o desenvolvimento sustentado.

Conforme determina o quinto princípio cooperativista – Educação, Treinamento e Informação, a Cremendes investe em desenvolvimento interpessoal, boas práticas de governança e desenvolvimento de competências.

Pela administração baseada no relacionamento com associados, colaboradores e fornecedores, no propósito de promo-

ver um novo modelo de atuação, a Cooperativa contribui para o desenvolvimento da filosofia cooperativista na região centro-sul fluminense.

Descrição da empresa e do negócio

O conceito de cooperativa, segundo a ACI – Aliança Cooperativista Internacional compreende a união de pessoas com objetivos econômicos, sociais e culturais comuns, que têm a participação democrática, a solidariedade e autonomia como referências fundamentais dos seus princípios.

As cooperativas são assessoradas por suas centrais que, por sua vez, são assistidas por uma representação nacional. Atualmente, as três entidades de maior representação nacional são: Sicoob Brasil, o Sicred e a Unicred.

Descrição da empresa

A Cooperativa de Crédito de Mendes – Cremendes, fundada em 20 de outubro de 1929, é reconhecida pelo Banco Central do Brasil como a cooperativa de crédito mais antiga em funcionamento ininterrupto no país. Em 1988, liderou o movimento nacional contra o fechamento das Cooperativas Luzzattis, que mais tarde culminou com a criação das cooperativas de Livre Admissão.

Localizada em Mendes, uma pequena cidade com 17.895 habitantes da região centro-sul fluminense, a Cremendes tem seu raio de ação limitado aos cinco municípios vizinhos (Barra do Piraí, Engenheiro Paulo de Frontin, Paracambi, Piraí e Vassouras).

É filiada à OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras e ao SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. Está vinculada à Confederação Nacional das Cooperativas do Sicoob Brasil e participa da Câmara de Compensação Nacional através de convênio firmado com seu principal parceiro, o Banco Cooperativo do Brasil – Bancoob.

Descrição do negócio

A Cremendes é uma cooperativa de crédito que, por meio da oferta de produtos e serviços financeiros diferenciados, há mais de 80 anos, contribui para melhorar a qualidade de vida na cidade de Mendes, e tem expectativas de difundir o conceito de Cooperativismo por intermédio da construção de um terceiro pavimento em sua sede, destinado ao Núcleo de Pensamento Cooperativista, que compreende: salão climatizado para reuniões e eventos, acomodado com quarenta cadeiras ergonômicas para os espectadores, quadro branco, *datashow*, *flip-shart*, TV, DVD e sistema de som ambiente, biblioteca com títulos e publicações sobre o tema Cooperativismo, e ambiente para pesquisa virtual, com os computadores conectados à internet para atender seus associados e demais interessados da região centro-sul fluminense, com vistas a ampliar o escopo e alcance dos resultados a serem alcançados.

Cadeia de valor

Nos últimos anos, a Cremendes se destaca no meio acadêmico com a publicação de diversos trabalhos de conclusão publicados nas instituições de ensino superior da região.

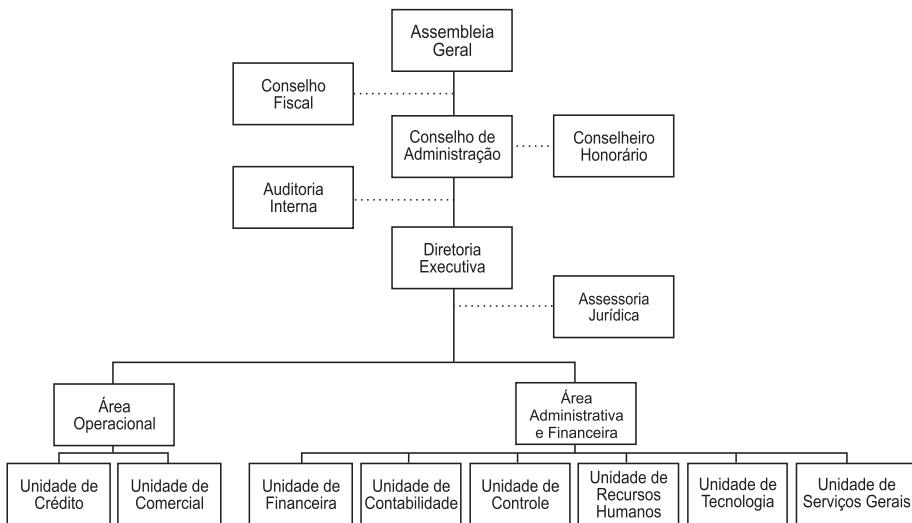
Em 2010, participou de congressos, seminários e outros eventos do gênero, entre os quais o I EBPC – Primeiro Encontro Brasileiro de Pesquisadores do Cooperativismo, realizado em Brasília, e o V Encontro de Pesquisadores Latino-americanos de Cooperativismo, no Paraguai, oportunizando conhecer o Cooperativismo em linhas mais amplas e, de forma mais detalhada, divulgar a trajetória da Cooperativa de Mendes e seu impacto para o desenvolvimento do município e região.

A parceria com o SESCOOP/RJ, entidade que promove a educação cooperativista, escolas do município e Secretaria Municipal de Educação tem proporcionado inúmeras oportunidades para os objetivos propostos.

Em 2009, a Cremendes implantou o Programa Jovem Líder Cooperativista, um curso de certificação profissional para jovens de 16 a 24 anos, que foi direcionado às escolas de ensino médio do município e, ao final de 2010, formou a primeira turma de Jovens Líderes, de vinte e dois alunos, que culminou com a constituição de uma cooperativa de trabalho e a primeira oportunidade para diversos jovens e adolescentes.

A parceria Cremendes/Sescoop proporcionou ainda uma série de cursos de capacitação voltados para a comunidade, somente em 2010 foram entregues mais de 300 certificados para os mais diversos grupos de interesses locais e da região.

Organograma organizacional



Fonte: Adaptado de Sicoob/Brasil

A estrutura descrita atende ao exposto na Resolução nº 2.554 do Conselho Monetário Nacional. Seus níveis de hierarquia são livres, a partir da Diretoria Executiva, cujos cargos integrantes estão designados no Estatuto Social.

É oportuno ressaltar que os níveis gerenciais, aqui denominados ÁREA, deverão ser salvaguardados, pois garantem um mínimo de segregação de funções, constante na mencionada Resolução, o que evita o conflito de interesses.

Neste contexto, o Núcleo de Pensamento Cooperativista fica diretamente subordinado à Diretoria Executiva.

Estratégias competitivas

No atual quadro de diretores e funcionários, todos possuem formação acadêmica e, em alguns casos, especialização e mestrado. A Cooperativa investe na capacitação de funcionários e colaboradores, fator considerado essencial para o sucesso do novo empreendimento.

A criação de um espaço permanente para a difusão da cultura da cooperação se caracteriza como oportunidade real de fortalecer a marca da Cremendes, e o conhecimento sobre o tema Cooperativismo, de forma mais consistente, na região.

No Brasil, existem hoje diversos núcleos de pesquisa e desenvolvimento do Cooperativismo. Alguns são focados em publicações acadêmicas, e outros, voltados para o desenvolvimento de economias locais.

No interior do Estado de São Paulo, foi criado o Observatório do Cooperativismo, a partir de convênio entre a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB e a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP de Ribeirão Preto, com objetivo de acompanhar e analisar o Cooperativismo no Brasil e no mundo, e expandir o conhecimento sobre Cooperativismo no Brasil, que já dispõe de um acervo com mais de sessenta publicações.

No interior do Estado de Goiás, o Município de Rubiataba tem 18.915 habitantes e três cooperativas. A Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Rubiataba, com cerca de 600 associados, desenvolve projetos para difusão do Cooperativismo no meio escolar, desde 2007.

Iniciativas como a de incentivo à poupança cooperada, com alunos de escolas da região, trouxeram benefícios para a comunidade e para a Cooperativa que, atualmente, abre cerca de seis contas-poupança por mês, e pretende estender a campanha entre os cooperados para incentivar a abertura de novas contas.

Em dezembro de 2010, no objetivo de contribuir para a educação cooperativista, em parceria com a Subsecretaria Regional de Educação, a Cooperativa de Rubiataba inaugurou o Núcleo de Cultura Cooperativista Inge Burg Bafutto, que tem proporcionado o desenvolvimento da Cooperativa através da disseminação da cultura da cooperação.

A Cooperativa de Rubiataba está vinculada à OCB/Sescoop-GO e ao sistema Sicoob, e se destaca como referência nacional pela difusão do Cooperativismo através da constituição de uma Coordenação Regional do Cooperativismo, da implantação de projeto pedagógico em escolas da região e, principalmente, do programa Cooperjovem, entre outros empreendimentos.

Atualmente, a OCB/RJ e o Sescoop/RJ, entidades de apoio ao cooperativo, voltam suas estratégias para o interior do Estado, o que representa excelente oportunidade de investimentos na região, que vão de encontro aos objetivos do projeto do Núcleo de Pensamento Cooperativista.

Focos estratégicos

A Cremendes pretende abrir postos de atendimento nas cidades vizinhas, e planeja fortalecer sua marca através dos objetivos propostos, na busca de cumprir adequadamente a sua missão estabelecida.

Desde 2007, em decorrência de convênios firmados com instituições de ensino superior da região, mais de 100 jovens se associaram à Cooperativa.

Atualmente, entre os associados da Cremendes, 90% são pessoas físicas, e 10% pessoas jurídicas. Entre os 2.300 as-

sociados da Cooperativa, os jovens com até 25 anos somam quase 10% do quadro social, e representam um desafio a ser enfrentado.

Entre os princípios cooperativistas, a responsabilidade social é tema frequente de jovens e estudantes de nossa sociedade, que representam o público-alvo deste empreendimento em busca da difusão do Cooperativismo.

Diante deste contexto, a Cremendes vislumbra oportunizar inclusão social para diversos jovens e estudantes da região através da construção do Núcleo de Pensamento Cooperativista, que contribuirá para a difusão do Cooperativismo na região.

Objetivos estratégicos

A Cooperativa pretende ampliar seu negócio com a implantação de postos de atendimento nos municípios vizinhos, e acredita que a criação de um espaço permanente para disseminar a cultura da cooperação é o caminho para a valorização da marca Cremendes, de forma mais consistente, na região.

Buscar novas parcerias para a construção do Núcleo de Pensamento Cooperativista oportunizará, para parceiros e demais colaboradores, maior visibilidade e desenvolvimento socioeconômico na região.

Proporcionar a continuidade do Programa de Formação de Jovens Lideranças Cooperativistas constitui importante estratégia em busca da difusão do Cooperativismo.

Metas

Realizar campanhas publicitárias em função de constituir novas parcerias para construção do Núcleo de Pensamento Cooperativista e o fortalecimento da marca.

Estender o Programa de Formação de Jovens Líderes Cooperativistas e os cursos de capacitação para as cidades limítrofes, no objetivo de difundir o conceito da cooperação.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

A Cremendes pretende abrir em 2012 seu primeiro PAC – Posto de Atendimento Cooperativo em Engenheiro Paulo de Frontin, município distante apenas oito quilômetros de Mendes e, nos próximos anos, expandir esta iniciativa para locais estratégicos da região.

Indicadores de desempenho

Identificadas as características das perspectivas para agregar valor à imagem da Cremendes, ao seu compromisso com as questões sociais e, principalmente, com a disseminação da cultura cooperativista, foram considerados, para melhor visualização dos administradores, os seguintes indicadores:

Objetivo: Difusão do Cooperativismo

Indicador	Posição Atual	Alvo			Iniciativas
		10	11	12	
% de Responsabilidade Social	10%	20%	40%	60%	- Núcleo de Pensamento Cooperativista - Programa de Formação Jovem Líder Cooperativista - Cursos de Capacitação

Objetivo: Valorização da marca

Indicador	Posição Atual	Alvo			Iniciativas
		10	11	12	
% credibilidade no mercado	60%	70%	80%	90%	- Planos de Marketing - Campanhas publicitárias - Maior desenvolvimento social

Objetivo: Capitalização

Indicador	Posição Atual	Alvo			Iniciativas
		10	11	12	
% credibilidade no mercado	10%	15%	30%	40%	- Aprimorar atendimento - Aprimorar estratégias - Taxas mais atrativas

Planos de ação

Para auxiliar a administração da Cremendes na demarcação de período, tempo e acompanhamento das atividades, foi utilizada a ferramenta 5W2H com vistas a mapear os principais processos envolvidos, e conduzir para o entendimento dos problemas, e às soluções a eles associadas, conforme plano de ação apresentado a seguir:

O QUE	QUEM	QUANDO	ONDE	POR QUE	COMO	QUANTO
Cursos de formação e capacitação profissional	DIR. ADM.	Curto prazo	Faculdades e Salão de Eventos da Coop.	Responsabilidade social	Convênio Universitário, SESCOOP e SEBRAE	Baixo custo
Aprimorar atendimento	GER. OPER.	Curto prazo	Atendim. Interno e Externo	Satisfação do cliente/associado e novo mercado	Alinhamento funcional	Baixo custo
Novas redes de relacionamento	DIR.	Médio prazo	Raio de ação da Coop.	Núcleo de Pensamento Cooperativista	Novas Parcerias	Médio custo
Difusão do Cooperativismo	DIR. GER.	Longo prazo	Toda região	Valorização da marca	Pesquisa de mercado	Médio custo
Revisão das políticas de crédito	DIR. FIN.	Curto prazo	Depto. Financ.	Taxas mais atrativas	Análise de mercado	Baixo custo

Planos de ação associados aos objetivos estratégicos

O aprendizado constante dos colaboradores conduz a Cremendes para a qualidade de atendimento e melhorias nos processos internos.

A valorização da imagem associada às políticas de crédito com taxas mais atrativas são fatores condicionantes para a satisfação de clientes e parceiros, além de proporcionar abertura para novos mercados.

Os cursos de formação e capacitação profissional para jovens e estudantes representam oportunidade de novos associados e, principalmente, da difusão do Cooperativismo.

Política de gestão de pessoas

A Cremendes investe em desenvolvimento interpessoal, boas práticas de governança e desenvolvimento de competências. Todos os diretores e funcionários possuem nível superior e, em alguns casos, têm especialização e mestrado.

Sendo assim, neste ambiente de formação de competências e capacitação, são norteadas as políticas de gestão de pessoas.

Análise do mercado e competitividade

Análise dos consumidores

De acordo com o IBGE, em 2001, na cidade de Mendes e nos cinco municípios limítrofes, existiam 138.871 potenciais associados da Cooperativa. Nos últimos oito anos, este número aumentou 21%, quando 37.719 adolescentes completaram a maioridade.

Hoje a região, com os seis municípios, concentra mais de 200 mil habitantes, e abrange um total de 176.590 potenciais associados. Os adultos entre 30 e 50 anos representam quase 40% deste total.

No município de Mendes, estão matriculados cerca de 1.500 alunos do ensino médio e fundamental e, quando ampliamos este escopo para os municípios limítrofes, este número passa dos 10.000 alunos potencialmente atendidos; isto, sem considerar os eventuais pesquisadores e interessados no tema de outras regiões e cidades do Brasil, bem como de outros países.

Segundo o IDEB – Índice de Desenvolvimento da Educação Básica, Mendes está classificada em quarto lugar no *ranking* das escolas do Estado do Rio de Janeiro.

Análise do mercado

No exterior, os grandes bancos fazem fusão e fecham agências por conta da crise econômica, mas, no Brasil, um dos maiores

juros do planeta, as instituições financeiras apresentam receitas recordes a cada ano. O Brasil se recupera bem da crise mundial. Porém, os mercados tornam-se mais exigentes.

A posição da ONU e outros organismos internacionais contra a desigualdade social e por melhor distribuição de renda conduzem os mercados às boas práticas de governança e à responsabilidade social, que caracterizam um cenário de valores que sempre estiveram na essência do Cooperativismo.

De todo sistema cooperativista brasileiro, o ramo crédito é o mais organizado. Representa um capítulo à parte na fiscalização do Banco Central.

As cooperativas de crédito, regidas pela Lei 5.764 e, mais recentemente, pela Lei Complementar 130, passam por um novo momento em sua história centenária no Brasil. Porém, representam apenas 6% do mercado, enquanto que em outros países estes números chegam até a 40%, como nos casos de Alemanha e Canadá.

Análise de atratividade

No ambiente competitivo, as cinco forças competitivas, seus impactos e influências, presentes e futuras, são relacionadas a seguir:

- A diferenciação de produtos e as políticas governamentais atuarão como barreiras frente à ameaça de novos concorrentes, que vierem a ingressar no setor.

- Pela iniciativa inovadora, a ausência de concorrência representa baixo impacto presente entre os possíveis novos entrantes. Entretanto, o Cooperativismo busca sua difusão.

- Os considerados substitutos, como as bibliotecas e instituições de ensino médio, profissionalizante e superior, não possibilitam grandes impactos ou influências futuras, pelas características específicas e difíceis de ser copiadas.

- O resultado da relação do individualismo diante de implantação da filosofia cooperativista representará o poder

de barganha de usuários, embora haja oportunidade real de crescimento e desenvolvimento para jovens e estudantes.

– Por não haver na região um local para realização de eventos com biblioteca e internet, destinados especificamente ao tema Cooperativismo, isso representará grande força competitiva.

Análise da ambiência externa

Na região centro-sul fluminense, onde há mais de oitenta anos atua a Cremendes, a filosofia do Cooperativismo é pouco difundida, e há grande potencial a ser explorado.

Nos municípios vizinhos, existem diversas instituições de ensino médio e superior que são identificadas como áreas de ação em potencial.

A cidade é cortada por duas rodovias estaduais, as RJ-127 e 121. O acesso entre os municípios limítrofes não ultrapassa um raio de 50km, e Engenheiro Paulo de Frontin é a cidade mais próxima, a 8km.

Análise da ambiência interna

A Cremendes trabalha com taxas abaixo da média do mercado, tem uma modalidade de aplicação financeira mais atrativa que a poupança, e pode diversificar seus produtos com novas modalidades de empréstimos. Precisa se adaptar às excessivas normas de regulamentação, no entanto, aos novos mercados e à redistribuição do crédito no país para continuar existindo e cumprindo sua missão.

Na Cooperativa, o acúmulo de funções e tarefas e o número reduzido de colaboradores exigem a maior dedicação dos envolvidos em busca da produtividade esperada, por isso, o ambiente é voltado para o desenvolvimento de competências.

A capacitação dos colaboradores é considerada fator determinante para o atingimento dos objetivos propostos. Existem boas relações de trabalho entre diretores e funcionários, e a dedicação das pessoas tem se mostrado satisfatória.

A cultura da cooperação influencia a comunicação interna, o comprometimento e o clima do grupo, o que representa vantagem competitiva sustentável ao projeto do Núcleo de Pensamento Cooperativista.

Desta forma, relevantes processos de mudança sofrem menos resistência.

Analizados os ambientes da Cremendes, as informações apresentadas apontaram fatores críticos, zona de maior concentração, e algumas características essenciais para obtenção dos resultados esperados. A identificação dos Fatores Críticos de Sucesso (FCS) tem por objetivo priorizar as atividades-chaves da Cooperativa, que precisam ser muito bem executadas para que a organização atinja seus objetivos.

Portanto, é preciso concentrar esforços para transformar estes FCS em pontos fortes.

Os principais fatores identificados foram:

Profissionalização

- Competência adequada para combater a forte concorrência.

Comprometimento

- Disposição dos colaboradores para novos desafios.

Relacionamento

- Habilidades para disseminação do Cooperativismo e realização de novas parcerias representam potencial vantagem competitiva. Com a aplicação da Matriz SWOT, uma das ferramentas mais utilizadas na gestão estratégica competitiva, relacionou-se as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas mapeadas no ambiente interno da Cremendes.

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

		Oportunidades				Sub-total	Ameaças				Sub-total	
		Oportunidades	Expansão de Mercado	Diversificação do tema Cooperativismo	Imagem		"Similares"	Concentração Econômica	Sazonalidade	Falta de foco para o Cooperativismo		
Forças	Atendimento	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	16
	Custos	1	2	2	2	7	2	2	1	2	7	14
	Estrutura	1	1	2	2	6	2	0	1	0	3	9
	Localização	0	0	2	2	4	2	1	1	1	5	9
	Sub-total	4	5	8	8	25	8	5	5	5	23	48
Fraquezas	Qualificação Profissional	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	16
	Visão de Mercado	0	1	2	2	5	2	1	0	2	5	10
	"Zona de conforto"	1	2	2	2	7	2	1	1	2	6	13
	Escala	1	2	2	2	6	2	2	2	1	7	13
Sub-total		4	6	8	8	26	8	6	5	7	26	12
		0	-1	0	0	X	0	-1	0	-2	X	

2 = Impacta muito

1 = Impacta pouco

0 = Indiferente

Núcleo de Pensamento Cooperativista

Q1	Q2
26%	27%
Q3	Q4
30%	33%

Estabeleceu-se assim, as quatro zonas da matriz mostradas no quadro abaixo:

	Oportunidades	Ameaças
Forças	1. Capacidade de ação ofensiva	2. Capacidade defensiva
Fraquezas	3. Debilidades	4. Vulnerabilidades

Analisada a Matriz SWOT, entre os resultados apresentados observou-se:

- A capacidade de ação ofensiva está na diversificação do tema Cooperativismo e na imagem da cooperativa no mercado, que representam vantagem competitiva aos objetivos propostos;

- Necessidade de direcionar esforços na busca pelo melhor entendimento sobre a diferença entre os conceitos e objetivos de bancos e cooperativas de crédito;

- A qualificação profissional e difusão do Cooperativismo são fundamentais para combater as vulnerabilidades percebidas com a forte concorrência de bancos e financeiras.

Na análise SWOT, a distorção total entre os quadrantes não ultrapassou 7%, e apontou para um diagnóstico de regularidade entre os ambientes da Cooperativa.

Portanto, para consolidar o sucesso do Núcleo e atingir os objetivos estabelecidos pela Diretoria da Cremendes, estas características devem ser consideradas na elaboração das estratégias passíveis de implementação do Núcleo de Pensamento Cooperativismo.

Estratégias de marketing

Com objetivo de buscar maior visibilidade e interatividade para o projeto do Núcleo de Pensamento Cooperativista, a Cremendes participa de diversos eventos.

A Cremendes participou do *V Encuentro de Investigadores Latinoamericanos del Cooperativismo*, ocorrido no Paraguai. Participou do Primeiro Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Cooperativismo, e do XIII Congresso Brasileiro do Cooperativismo, ambos realizados em Brasília, em setembro de 2010, onde foi discutida a interação entre a pesquisa acadêmica e as cooperativas brasileiras. A Cremendes integrou a Delegação do Estado do Rio de Janeiro no Terceiro Intercâmbio do Programa Formação de Jovens Lideranças Cooperativistas, realizado pelo SESCOOP em Brasília, DF, em 2011.

PLANO FINANCEIRO

Processo operacional e financeiro

Arquitetura organizacional

A Cooperativa de Crédito de Mendes está situada na Avenida Júlio Braga, nº 20, no centro da cidade de Mendes. Sua nova sede foi inaugurada em 1968.

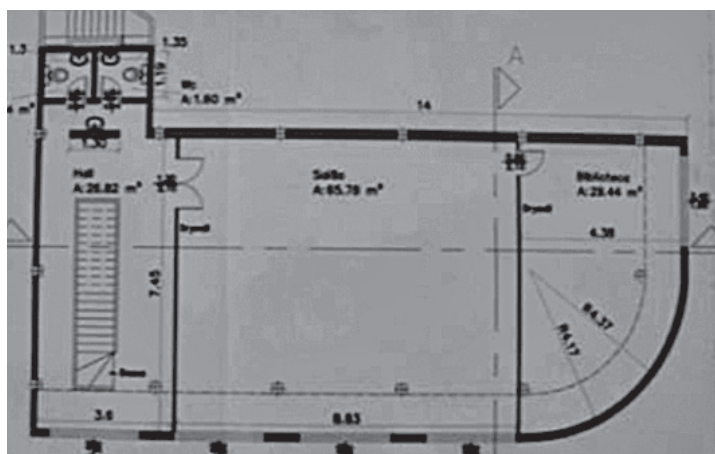
Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Em estudo técnico de engenharia e arquitetura, foi constatado que existem estruturas rígidas, com colunas de sustentação adequadas e excelente fundação, que viabilizam a construção de um terceiro andar para sediar o Núcleo de Pensamento Cooperativista.



Fachada da Cooperativa de Crédito de Mendes – O Núcleo de Pensamento Cooperativista compreende um salão climatizado para reuniões e eventos, com acomodação para quarenta espectadores com quarenta cadeiras ergonômicas, quadro branco, *datashow*, *flip-chart*, TV, DVD e sistema de som ambiente, biblioteca com títulos e publicações sobre o tema Cooperativismo, e ambiente para pesquisa virtual, com os computadores conectados à internet



PLANO FINANCEIRO

Demonstração de resultado do exercício

Balanço Patrimonial e DRE

Planta Baixa do Núcleo de Pensamento Cooperativista

Plano financeiro – Considerada uma oportunidade para fortalecer a marca da Cremendes e o conhecimento sobre o tema Cooperativismo de forma mais consistente na região, a construção do Núcleo de Referência em Estudos Cooperativistas trará outro grande benefício para a Cooperativa. No último ano, o patrimônio líquido acumulou crescimento de quase 10%. Entretanto, a próxima meta da Cremendes é atingir um milhão de reais, até o final de 2011.

Demonstrativo de vendas

As operações de crédito com cláusula de atualização monetária pós-fixada estão registradas a valor presente, calculadas com base na variação dos respectivos indexadores pactuados.

A provisão para perdas com as operações de crédito é constituída em montante julgado suficiente pela administração para cobrir eventuais perdas na realização dos valores a receber, levando-se em consideração a análise das operações em aberto, as garantias existentes, a capacidade de pagamento e liquidez do tomador do crédito e os riscos específicos apresentados em cada operação, o que contempla todos os aspectos determinados na Resolução 2.682 do CMN, que determina a classificação das operações por nível de risco.

Descrição	31/12/2010	31/12/2009
Empréstimos	1.130.466,22	1.538.046,55
Títulos Descontados	525.158,69	590.323,52
Adiantamentos a Depositante	42.298,20	23.325,25
Cheque Especial	189.474,72	202.130,70
Conta Garantida	25.122,99	19.144,85
Subtotal	1.912.520,82	2.214.970,99
(-) Provisões	(184.280,36)	166.012,26
Total	1.728.240,46	2.048.958,73

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

BALANÇO PATRIMONIAL EM REAIS		
Descrição	31/12/2010	31/12/2009
Ativo Circulante	2.986.615,23	2.518.227,65
Disponibilidades	38.261,22	38.106,20
Aplic. Interfin. de Liquidez	470.454,69	433.195,58
Tít. Val. Mobiliários	1.119.864,97	652.349,58
Operações de Crédito	1.318.899,23	1.356.057,47
Outros Créditos	38.397,46	37.013,64
Outros Valores e Bens	737,66	1.505,13
Ativo Realizável LP	409.341,23	471.625,53
Operações de Crédito	409.341,23	471.625,53
Permanente	91.707,35	91.950,39
Investimentos	632,00	632,00
Imobilizado de Uso	86.315,29	85.198,37
Intangível	4.760,06	6.120,02
Total do Ativo:	3.487.663,81	3.081.803,57
Passivo Circulante	2.927.382,84	2.561.175,82
Depósitos	2.880.053,60	2.475.259,11
Patrimônio Líquido	47.329,24	85.916,71
Patrimônio Líquido	560.280,97	520.627,75
Total do Passivo:	3.487.280,81	3.081.803,57
Mendes, 31.12.2010		

Custos fixos e variados

Estima-se um aumento de 20% nos gastos com manutenção, água, energia, internet e salários, aqui denominados custos fixos, embora estes valores sejam absorvidos pela Cremendes, visto que o Núcleo ocupará um terceiro pavimento na Cooperativa.

O capital requerido para a construção do Núcleo de Pensamento Cooperativista é R\$ 327.105,00 (trezentos e vinte e sete mil, cento e cinco reais). Somados os equipamentos, o custo total estimado ficou orçado em R\$ 365.105,00 (trezentos e

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

sessenta e cinco mil, cento e cinco reis), conforme descrito em tabela abaixo:

DESCRIÇÃO	VALOR EM R\$
Serviços preliminares e gerais	13.880,00
Infraestrutura	81.380,00
Supraestrutura	10.225,00
Alvenaria	9.820,00
Esquadria metálica	8.000,00
Vidros	3.000,00
Cobertura	85.260,00
Forro de gesso	3.500,00
Revestimentos internos	15.490,00
Revestimentos externos	20.810,00
Pintura	14.100,00
Instalações elétricas, telefônicas e logísticas	30.850,00
Instalações hidráulicas e incêndio	17.450,00
Esgoto e águas pluviais	10.320,00
Aparelhos	1.820,00
Limpeza de obra	1.200,00
CUSTO ESTIMADO DA OBRA	327.105,00
Computadores	12.000,00
Vídeo, TV e <i>datashow</i>	6.000,00
Biblioteca	15.000,00
Salão de eventos	5.000,00
CUSTO TOTAL ESTIMADO	365.105,00

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Fluxo de caixa

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA – MÉTODO INDIRETO	
	Exerc. 2010
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	
Ajustes por:	
Depreciação	559.258
Amortização	8.840
Provisões de crédito a curto prazo	1.706.350
Provisões de crédito a longo prazo	471.626
Geração Bruta de Caixa	2.746.073
Aumento das operações de crédito a curto prazo	(147.122)
Redução de outros créditos a curto prazo	1.987
Redução de outros valores e bens	2.273
Redução das operações de crédito a longo prazo	62.284
Aumento dos depósitos	404.794
Redução de outras obrigações a curto prazo	(38.588)
Caixa líquido proveniente das atividades operacionais	3.031.702
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	
Aumento de investimentos em ações e cotas	(39.018)
Aumento de imobilizado	(244.817)
Aumento do diferido	(680)
Caixa líquido proveniente das atividades de investimentos	(284.515)
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	
Integralização de capital	19.617
Devolução de capital	0
Caixa líquido proveniente das atividades de financiamento	19.617
GERAÇÃO LÍQUIDA DE CAIXA	2.766.804
(+) Saldo inicial de caixa e equivalente de caixa	0
(=) Saldo final de caixa e equivalente de caixa	1.628.581
Redução/aumento do saldo do caixa e equivalente de caixa	1.628.581
Exercício de 2010	Final
Disponibilidade	38.261
Aplicações interfinanceiras de liquidez	470.455
Títulos e valores mobiliários	1.119.865
Relações interfinanceiras	0
Total de caixa e equivalente de caixa	1.628.581

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

EXERCÍCIO DE 2010	FINAL
Disponibilidade	38.261
Aplicações interfinanceiras de liquidez	470.455
Títulos e valores mobiliários	1.119.865
Relações interfinanceiras	0
Total de caixa e equivalente de caixa	1.628.581

Considerando os ideais quase seculares da Cooperativa de Crédito de Mendes, alinhados ao comprometimento com a responsabilidade social local e, ainda, a sua enorme desvantagem estrutural em relação às demais instituições financeiras, conclui-se que:

A contribuição da Cremendes para melhorar a qualidade de vida na cidade de Mendes e sua visão de difundir o conceito de Cooperativismo, através da construção de um núcleo de referência em estudos cooperativistas para seus associados e demais interessados da região centro-sul fluminense, configura-se como uma excelente estratégia para fortalecer a marca Cremendes e buscar novos mercados.

A criação de um espaço permanente para a difusão da cultura da cooperação se caracteriza como oportunidade real para o conhecimento sobre o tema Cooperativismo, de forma mais consistente, na região.

Para os potenciais investidores, buscou-se identificar uma grande oportunidade para agregar valor às empresas realmente comprometidas com as futuras gerações.

Enfim, entendemos claramente que o benefício a ser gerado é exponencialmente maior que o custo financeiro do investimento, e demonstra o comprometimento da Cremendes, parceiros e colaboradores com a responsabilidade socioeconômica e cultural local. Além de oportunizar maior visibilidade e crescimento para os diversos grupos de interesses, na região.

Referências Bibliográficas

- ANTONIALLI, Luiz Marcelo. *Influência da mudança de gestão nas estratégias de uma cooperativa agropecuária*. <http://www.scielo.br>, 2009.
- Balancete Geral, Dezembro 2009*. Cooperativa de Crédito de Mendes Limitada, 2009.
- Cooperativa de Crédito Rural de Rubiataba. <http://www.ocbgo.org.br>, 2010.
- Cooperativismo Como Alternativa de Desenvolvimento – Noções Básicas*. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP, 2007.
- Estrutura Organizacional. <http://www.cremendes.com.br>, 2009.
- FILHO, Jamil Moyses. *Estratégias Empresariais*. Editora FGV, 2006. 144 p.
- IDEB-Índice de Desenvolvimento da Educação Básica. <http://portalideb.inep.gov.br>, 2011
- Informações Estatísticas*. <http://www.ibge.gov.br>, 2009.
- Manual de Controles Internos*. Cooperativa de Crédito de Mendes Limitada, 2009.
- Modelo Organizacional Sicoob Brasil*. <http://www.sicoob.com.br>, 2009.
- NAMI, Márcio R. P. *Viabilidade das Cooperativas Abertas*. EditoraPublit, 2009. 83 p.
- Observatório do Cooperativismo. <http://www.fearp.usp.br/Cooperativismo>, 2010.

**PREENCHENDO AS LACUNAS DO CAPITALISMO
– COOPERAÇÃO COMO ALTERNATIVA**

Ilza de Souza Costa
Marcio Nami

PREENCHENDO AS LACUNAS DO CAPITALISMO – COOPERAÇÃO COMO ALTERNATIVA

Ilza de Souza Costa
Marcio Nami

A utilização de um modelo de desenvolvimento baseado no racionalismo e competitividade levou a humanidade a uma crise mundial e multidimensional. O armamento nuclear, a fome, a subnutrição, a falta de acesso à saúde, a construção de usinas nucleares, a deterioração do meio-ambiente, a contaminação da água por pesticidas, a violência, a escassez de recursos naturais e a distribuição desigual de riquezas são as principais consequências da adoção do modelo capitalista.

Faz-se necessário o desenvolvimento de uma nova ética, com valores que privilegiem o bem-estar e a valorização do humano, na adoção de uma visão orgânica e sistêmica.

A afirmação de Descartes e Bacon de que o objetivo da ciência é o domínio e controle da natureza já não faz tanto sentido. Um ambiente mais propício ao homem contribuiria na diminuição dos índices de *stress* e violência, que são uma característica dominante no mundo moderno.

Capra define a economia como a disciplina que se ocupa da produção, da distribuição e do consumo de riquezas, que procura determinar o que é valioso num dado momento, ao estudar os valores relativos de troca de bens e serviços.

Hoje, a economia passa por uma crise conceitual, por não ter conseguido resolver as principais anomalias econômicas decorrentes do sistema adotado, como por exemplo a inflação, o desemprego, a má distribuição de renda e a escassez de recursos.

Ao considerar ainda que as atitudes e atividades valorizadas neste sistema incluem a aquisição de bens materiais, a expansão,

o investimento em tecnologia e ciências pesadas, o alcance de maior produtividade e a maximização dos lucros, há um crescente aumento dos desempregados, que conseqüentemente oneram tanto o Setor Público como o Setor Terciário, que necessitam absorver essa nova demanda.

O Cooperativismo vem sendo considerado, por alguns autores, como uma solução futura para os problemas causados pela sociedade capitalista. Através do Cooperativismo, é possível promover uma economia mais justa, melhor distribuição das riquezas e desenvolvimento racional. No Cooperativismo, a competição é substituída pela colaboração, e o lucro, principal objetivo da aplicação do capital, que é substituído pelas sobras líquidas, saldos positivos de recursos financeiros, então distribuídos para os cooperados, investidos em projetos ou no fundo comum da cooperativa.

Dentre os vários modelos de cooperativas, as de consumo são voltadas para atender às necessidades de produtos de seus cooperados. Podem ser formadas com o foco somente num segmento de uma determinada sociedade, como por exemplo os funcionários de uma empresa; ou podem ser voltadas para o mercado, onde não acontece a obrigatoriedade de servir apenas a um determinado segmento, em que basta apenas que o cliente se inscreva como cooperado.

Através das cooperativas de consumo, é possível eliminar os custos decorrentes de atravessadores, o que ocasiona uma economia e oferta de produtos a preços abaixo de mercado.

A COOP-SP é uma cooperativa com mais de 56 anos de história. É a maior cooperativa de consumo da América Latina, que ocupa a 12ª posição no *ranking* nacional de supermercados, segundo a ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados. Tem como missão oferecer aos cooperados as melhores opções de condições de acesso a bens e serviços, e atua na promoção do Cooperativismo, sustentabilidade e responsabilidade social.

Capitalismo no século XXI e suas lacunas e consequências

No século XIX, quando surge a Revolução Industrial, também chamada de 1ª Revolução por alguns autores, instituiu-se o mercado como resposta econômica ao aumento produtivo. Inicialmente, este sistema de organização social tinha como propósito promover a redistribuição de renda e proteger os economicamente mais fracos, através da ação reguladora do Estado.

Foi o século XIX marcado por grandes transformações, invenções, a introdução de máquinas em processos produtivos (produção industrial), e a implantação do comércio intercontinental. Essas mudanças afetaram as nações, promoveram o aumento das relações de comércio e ocasionaram a formação de duas classes sociais: a dominante, formada pelos detentores dos capitais, e a dos assalariados.

O capitalismo é o sistema econômico que tem como seu principal objetivo o lucro. É caracterizado pela propriedade privada dos meios de produção e promove a acumulação permanente de capital, a geração de riquezas, a concorrência e inovação tecnológica. Historicamente pode ser desmembrado em três fases:¹³

– Capitalismo comercial: Esta fase inicia-se com as grandes navegações e expansões marítimas europeias, que se estendem do século XVI ao XVIII, época marcada pela busca do lucro, mão-de-obra assalariada, moeda, que substitui o sistema de trocas, relações bancárias, fortalecimento da burguesia e desigualdades sociais.

– Capitalismo industrial: Referente ao século XVIII, quando surgem mudanças significativas na Europa. Fase marcada pela revolução dos sistemas de produção e fortalecimento do capitalismo, criação da relação entre o burguês e o proletário e a exploração do homem pelo homem para gerar lucro. Evidencia-se o desemprego e a poluição. Surge o neo-colonialismo na Ásia e África.

¹³ Confebras (2005).

– Capitalismo monopolista financeiro: Iniciada no século XX e em pleno funcionamento até os dias de hoje. Fase marcada pela criação do sistema bancário, grandes corporações financeiras e mercado globalizado.

A aplicação da filosofia capitalista, sem limites ou escrúpulos, transformou a classe assalariada em mal remunerada e indigente. Utiliza inclusive a mão-de-obra de mulheres e crianças, aumenta a fome, a miséria, a desnutrição, força o homem a se submeter a uma condição de escravo em benefício de uns poucos afortunados, detentores do meio de produção.¹⁴

Em 1944, no século XX, durante a Conferência de Bretton Woods, com a participação de representantes de 44 nações, criou-se o Fundo Monetário Internacional – FMI e o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento – BIRD. Estas instituições, criadas com os objetivos de definir uma política econômica financeira comum a todos os países, visava reordenar o mundo, após a II Guerra Mundial.

O apoio destas instituições foi fundamental para a consolidação do capitalismo, que estabeleceu sua liderança frente aos comunistas e fixou seus padrões operacionais. Ao longo de meio século de deliberações, tanto o FMI como o BIRD delinearam as suas linhas centrais, que em 1999 eram definidas com os seguintes perfis:

– FMI – empenho na geração de saldos positivos comerciais junto aos países emergentes, a par de influenciá-los a promover a abertura de seus mercados aos fluxos financeiros mundiais;

– BIRD – financiamento de equipamentos produzidos pelos países desenvolvidos.¹⁵

A sociedade industrial, caracterizada pela produção em massa, somente foi possível devido ao avanço tecnológico e organizacional. Houve o aumento da aptidão (especialização) e o apro-

¹⁴ MENEZES, Antônio (2011), PAG 18.

¹⁵ RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 22.

fundamento da dominação, o que gerou riqueza nos países ditos desenvolvidos. Esse acúmulo de riqueza e de conhecimento determinou a passagem da sociedade industrial para pós-industrial.

A sociedade pós-industrial, com início em torno de 1947, tinha como característica a passagem do poder das mãos dos proprietários dos meios de produção dos bens materiais para as mãos dos proprietários dos meios de produção dos bens imateriais. A tônica é o conhecimento e informação. É pautada pelo crescimento e ascensão dos serviços e declínio da atividade industrial. Trouxe inclusive mudanças na composição das classes sociais. A classe dominante passa a ser a dos trabalhadores qualificados como gerentes, administradores, engenheiros e professores, em detrimento da classe dos operários. As máquinas, cada vez mais inteligentes, substituem a grande classe operária e promovem a dispensa de grande mão-de-obra. Se a Revolução Industrial promoveu a dispensa de grande parte dos agricultores, a Revolução Pós-industrial promoveu a dispensa de grande parte dos operários, dos gerentes, dos dirigentes, enfim, dos trabalhadores industriais.¹⁶

O avanço tecnológico produzido pela valorização e aplicação do conhecimento trouxe mudanças profundas à sociedade, pois criou uma nova realidade econômica e social, baseada na tecnologia da informação e comunicação: a revolução da globalização e abertura dos capitais. A criação de uma sociedade interligada e a imensa rapidez na troca de informações e meios de transportes contribuíram para a maior integração entre países, regiões e continentes, o que gerou o crescimento nas atividades ligadas à comercialização mundial e ao mercado de capitais.

As relações são marcadas pelo aumento da concorrência entre as empresas, nas esferas nacional e internacional, maior integração e interdependência econômica, e também com o surgimento das grandes empresas transnacionais.

16 <http://www.unisinos.br/publicacoes_cientificas/imagens/stories/pdfs_educacao/vol11n1_art02_keil.pdf> 16/09/2011.

Globalização é o conjunto de transformações na ordem política e econômica mundial que vem acontecendo nas últimas décadas. O ponto central da mudança é a integração dos mercados numa “aldeia global”, exploradas pelas grandes corporações internacionais. Os Estados abandonam gradativamente as barreiras tarifárias para proteger sua produção da concorrência dos produtos estrangeiros e abrem-se ao comércio e ao capital internacional. Esse processo tem sido acompanhado de uma intensa revolução das tecnologias da informação – telefones, computadores e televisão.¹⁷

Outro ponto neste processo são as mudanças significativas nos modos de processo das mercadorias. Auxiliadas pelas facilidades na comunicação e nos transportes, as multinacionais instalam as suas fábricas em qualquer lugar do mundo onde existam as melhores vantagens fiscais, mão-de-obra e matérias-primas baratas. Esta tendência leva a uma transferência de empregos dos países ricos – que possuem altos salários e inúmeros benefícios para as nações industriais emergentes, como os Tigres Asiáticos.¹⁸

A globalização trouxe mudanças estruturais aos mercados. É claro que criou novas vagas de trabalho nas áreas de tecnologia da computação, mas a concorrência, que passou a ser mundial, vem causando consequências drásticas e inevitáveis aos países, principalmente os mais despreparados. Observa-se a evasão de oferta de empregos industriais para países do terceiro mundo, o que cria uma sociedade marcada pela dualidade: países desenvolvidos com forte presença de atividades no terceiro setor e países emergentes com atividades ligadas ao setor industrial, mas as duas com índices preocupantes de desemprego e exclusão.

Portanto, o capitalismo falhou na sua proposição de trazer maior equilíbrio à sociedade e promover a distribuição de riquezas. Para Reginaldo Oscar de Castro, presidente nacional da Or-

17 <<http://www.vestibular1.com.br/revisao/globalizacao.doc>> 16/09/2011.

18 <<http://www.vestibular1.com.br/revisao/globalizacao.doc>> 16/09/2011.

dem dos Advogados do Brasil, o capitalismo se tornou um modelo permissivo à lógica monetarista selvagem, aplicada por especuladores financeiros, que hoje são os principais responsáveis pela ordem econômica alucinada, perversa e absolutamente burra, que conduz o planeta a um provável desfecho trágico, o que contraria inclusive os interesses do primeiro mundo.¹⁹

O **capitalismo** é:

(...) uma concepção administrativo-econômica que não funciona senão com a ajuda de “contabilidades criativas” (...) e por meio do empobrecimento e superexploração exponenciais dos mais pobres e da natureza.²⁰

(...) que não há nenhuma dúvida quanto ao fato de que a Revolução Industrial e posteriormente a Revolução Pós-industrial da automatização faltaram inteiramente, as duas, com a promessa de gerar um mundo melhor, mais justo, mais confortável, mais democrático, mais luminoso, mais racional para todos, que substituiu obscurantismos e injustiças de sistemas anteriores, da antiga escravidão à servidão pré-industrial.²¹

A novidade no cenário é que o capital internacional descobriu que, graças ao fabuloso desenvolvimento das comunicações, poderia obter melhores resultados pela especulação financeira do que pela aplicação de recursos em empreendimentos produtivos, e o capital, nas asas da tecnologia, ganhou volatilidade e assumiu-se como terrível predador.²²

Quanto à terceira grande revolução da economia da modernidade ocidental, a chamada revolução da nova economia, da informação, da comunicação, parece que ela deverá melhorar nada no plano da justiça social e das condições de vida do maior número de pessoas... Além disso, sujeita, desde que emergiu, à eclosão de uma especulação sem limites (cuja intensidade nunca vista está

19 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 27 e 28.

20 AKTOUF, Omar (2004) PAG 19.

21 AKTOUF, Omar (2004) PAG 30.

22 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

muito ligada, aliás, às novas tecnologias), esta nova economia está passando por toda parte por amargos reveses: ou seja, quedas seguidas da Nasdaq e do conjunto das ações das empresas do setor acarretando a dispensa de dezenas de milhares de empregados, os quais vieram juntar-se às centenas de milhares de dispensas já ocorridas nos setores primário e secundário da economia.²³

Portanto, o capitalismo, assim como o socialismo, comunismo e fascismo, além de não obter sucesso na maior distribuição de riquezas e igualdade social, acabou por promover mais distanciamento entre as classes sociais. E, segundo Capra (1982), vivemos uma era de “crise mundial”, caracterizada pela fome, armamento nuclear, subnutrição, não-acesso à saúde, deterioração do meio-ambiente, violência, decorrentes da falta de distribuição de riquezas.

Enquanto mais de 15 milhões de pessoas – em sua maioria crianças – morrem anualmente de fome; outros 500 milhões de seres humanos estão gravemente subnutridos.²⁴

O principal problema que o mundo enfrentará no terceiro milênio será a disparidade entre os mais ricos e os mais pobres. Hong Kong, por exemplo, que possui uma população em torno de 6,5 milhões de habitantes, tem uma produção anual de 171 bilhões de dólares, enquanto que a Tanzânia, com 32 milhões de pessoas, tem a produção anual de 6,9 bilhões de dólares. O mesmo acontece com a Suécia e Cuba, pois apesar de ambas possuírem a mesma área arável, recursos naturais semelhantes, o PIB sueco é 11 vezes maior que o cubano, apesar do clima mais ingrato e menor densidade demográfica. Na Suíça, uma das mais ricas nações industrializadas do mundo, a renda *per capita* está na proporção de 500 para 1, se comparada à de Moçambique. Os salários estão em queda em todo o mundo, enquanto as organizações auferem lucros cada vez mais altos, como os estimados nos últimos 25 anos.²⁵

23 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

24 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

25 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Convive-se então neste momento com o aumento do desemprego, da miséria, e com a estagnação do crescimento.

Mas, com tais explicações, ou sem elas, o fato é que vamos ingressar no século XXI carregando o estigma da pobreza, e não importa o quanto tenhamos avançado em conquistas tecnológicas, nosso planeta continua injusto e dezenas de pessoas morrem de fome a cada hora que passa.²⁶

Desemprego, a pobreza e a má distribuição de riquezas

A Revolução Industrial não reduziu as desigualdades e as injustiças. Na verdade, com a mecanização e revolução pós-industrial, ocorreu a dispensa de multidões de trabalhadores. Segundo dados da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE): “em menos de 20 anos, passou-se de uma situação de pleno emprego para cerca de 40 milhões de desempregados”.²⁷

As intenções foram as melhores, mas a ideia de um mundo harmonioso não se concretizou. A globalização se instalou, a economia global está cada vez mais interligada, surgiram os blocos comerciais regionais, mas os países estão fragmentados. O desemprego cresce devido ao *downsizing*, os salários estão em queda, a classe média é penalizada e os sistemas previdenciários governamentais estão em déficit, embora as empresas faturem como nunca.

A redução das funções gerenciais intermediárias (*downsizing*), que ocorre em todos os continentes, extinguiu cargos ocupados principalmente pela classe média. Houve aumento dos rendimentos dos executivos, também pertencentes a esta classe, mas em número bem reduzido, se comparado ao número de demissões. Hoje um executivo recebe 419 vezes mais que um operário, sendo que em 1980 recebia apenas 42 vezes, o que demonstra que os operários não foram beneficiados, e sim a cúpula das organizações.²⁸ O que os economistas ainda ignoram é que o estrangu-

26 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

27 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

28 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

lamento da classe média reduz o número de consumidores, o que afeta consideravelmente a demanda.

O fato é que nós já sofremos consideravelmente os efeitos da “globalização”, fenômeno – em sua acepção dominante – superado, ou a superar o mais rápido possível. Da Etiópia à Nova Zelândia, ao México e à Argentina, passando pela quase derrocada russa aos 15 anos de “capitalismo”, até a África em pleno caos, não existe um único país – fora os já ricos – que tenha obtido qualquer vantagem que seja dos cerca de 30 anos de aplicação das medidas chamadas de “livre comércio” e de “adaptação” à globalização. Os megaescândalos sem precedentes que resultaram nas gigantescas quebras em cadeia de empresas que eram consideradas, até há pouco tempo, como pérolas da nova economia globalizada – as Enron, Tyco, Nortel, World Com, Xerox, Vivendi, Andersen, WasteManagement etc. – e a falência de países inteiros, como a Argentina, são para mim testemunhas de uma dupla confusão que não tardará a tornar-se letal para a humanidade inteira, se não se tomarem medidas radicalmente diferentes, talvez revolucionárias, no que toca a todas as maneiras com que temos até agora pensado o econômico e, consequentemente, como temos pensado o político e o administrativo.²⁹

O Neoliberalismo é a porta de entrada do capitalismo especulativo, e a globalização é a matriz do desemprego.³⁰

A globalização estimulou que os capitais especulativos circulassem pelo mundo, ávidos de lucro rápidos, sem preocupações éticas.³¹

Michael Camdessus, presidente do FMI, reconhece:

(...) “a globalização, em vez de resolver a questão da miséria do mundo, ampliou-a e aprofundou-a”, como pode ser comprovado pelo relatório, emitido em 1999, onde o BIRD reconhece que aumentou a pobreza no período de maior adesão ao neoliberalismo.³²

29 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

30 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

31 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

32 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

Tabela 1 – Número de pessoas vivendo com até US\$ 1 por dia³³

Continentes	Pessoas vivendo com até US\$ 1 por dia (em milhões)	
	1987	1998
América Latina e Caribe	91	110
África Sub-Sahariana	180	219
Oriente Médio e África do Norte	10	11
Europa e Ásia Central	2	15
Sul da Ásia	460	515
Leste Asiático e Pacífico	464	446

Revelações do BIRD confirmam a incapacidade do capitalismo em promover melhor distribuição de renda, pois cerca de:

– 81% da população do mundo têm renda suficiente para apenas manter-se subnutrida... os investimentos dos especuladores estão matando a galinha dos ovos de ouro.³⁴

A revolução da informação, fato mais importante da atualidade, proporcionou a implantação de uma nova economia, o desenvolvimento de novas tecnologias, mas trouxe consigo uma desigualdade patente entre os que produzem a informação e os que não a produzem.³⁵

Em 29 de junho 2002, publica o Jornal *Le Monde* a seguinte manchete: “O crescimento consolida-se, o desemprego continua...”³⁶

Cabe, portanto, considerar algumas reflexões de autores sobre as consequências do capitalismo e da globalização:

(...) a fortuna da família que é a única proprietária da cadeia Wal-Mart corresponde ao PNB total de um país de duzentos milhões de habitantes como Bangladesh! E a fortuna das três pessoas mais ricas do mundo corresponde à soma

33 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

34 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

35 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

36 AKTOUF, Omar (2004) PAG 19.

do PNB dos 40 países mais pobres, ou seja, corresponde seguramente à renda acumulada de um bilhão e meio a dois bilhões de pessoas. As 200 maiores organizações do mundo controlam 50% do PNB mundial.³⁷

Quando se sabe que a crise mexicana é consequência direta dos primeiros resultados do Acordo de Livre Comércio Norte-Americano (Nafta) em fim dos anos 90 (...) ³⁸

(...) devastação causada na floresta quebequense pelas chuvas ácidas provocadas pelas indústrias e pela exploração das minas de carvão do nordeste dos Estados Unidos (...) ³⁹

Os produtores em pequena escala – agricultores e artesãos – que antigamente eram a coluna dorsal de comunidades pobres, mas estáveis, estão sendo erradicados e transformados em trabalhadores migrantes sem terra, separados de suas famílias e seu lugar nativo.⁴⁰

(...) as novas tecnologias e seus processos de implementação estão sendo apropriados por contextos socioeconômicos sem considerar o fato de que neles existe um expressivo grupo de pessoas que não terá condições de sequer conviver com tais modernidades, pelo que é sumariamente afastado das atividades que praticava para assegurar a própria subsistência, passando a mero grupo dependente da sociedade – o aparato tecnológico marginaliza as pessoas, que acabam tendo de ser atendidas e sustentadas por todos os demais.⁴¹

As desigualdades se intensificam e atingem a todo o planeta. A pobreza, anteriormente vista nos cantos mais remotos como num rincão da África, já é notada em bairros do coração da cidade de Nova York. A exploração do meio ambiente caminha a passos largos, como a da floresta setentrional canadense. O deslocamen-

37 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

38 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

39 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

40 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

41 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

to das atividades produtivas para os países mais pobres, onde a farta e barata mão-de-obra pode ser explorada, assim como os recursos naturais, devido a governos sem ética, promove maior desigualdade. As gestões baseadas em *benchmarking*, *downsizing* e reengenharias se transformaram em verdadeiras fábricas de desemprego. O sistema atual de governo, visto por Korten como perversamente corrompido, que em contínuo poderá levar à desintegração social e ambiental,⁴² remete a uma reflexão de Aktouf que afirma que “100 Bill Gates representariam a miséria para a quase totalidade do planeta”,⁴³ pois não há como acumular riquezas sem retirar a oportunidade de alguém.

(...) a ciência econômica, em particular a neoliberal, é, antes de mais nada, uma teoria destinada a afiançar o enriquecimento infinito dos mais ricos (e, logo, o empobrecimento dos mais pobres), uma teoria que justifica a acumulação ilimitada em detrimento da natureza e dos mais frágeis (...)⁴⁴

(...) que o conjunto de tudo o que forma o planeta (e mesmo o cosmos), vivo ou não, não é quase mais nada do que o conjunto de “estoques” posto à disposição dos empreendedores que não precisam senão servir-se, sem comedimento nem limites. É assim que se fala como é amplamente sabido, de “estoque de peixes”, de “estoque de petróleo”, de “estoques de florestas” e até de “estoques de mão-de-obra”.⁴⁵

(...) que, em virtude dos preços praticados (exigidos para a manutenção dos lucros das multinacionais farmacêuticas) apenas uma parcela (a mais rica) do Ocidente possa esperar receber os tratamentos mais eficazes contra moléstias como a AIDS, enquanto habitantes de países inteiros como os da África estão, desde já, condenados a morrer maciçamente desta doença, como se morria de peste nos tempos mais sombrios da Idade Média – além

42 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

43 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

44 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

45 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

de morrer de doenças, como a doença do sono, para as quais não se fabricam mais remédios em razão da falta de mercado solvente. Sem falar dos tráficos, aos quais essa inacessibilidade abre caminho: tráfico de medicamentos vencidos, de medicamentos subdosados, de medicamentos não autorizados, tráficos que se desenvolvem sob a proteção de muitos laboratórios complacentes.⁴⁶

De que globalização falamos quando cerca de 80% do comércio mundial é feito entre multinacionais e filiais de multinacionais? (...) apostando na possibilidade de aumentar como nunca a exploração de mão-de-obra extremamente fragilizada? Isso significa passar do setor (ou organização) de produção de serviços e de utilidades da economia real para a posição de *holding* financeira, cujo único objetivo é, por toda parte, o dinheiro pelo dinheiro, custe o que custar, não se preocupando nem com o emprego, nem com o bem-estar da sociedade e nem, ainda menos, com a preservação da natureza.⁴⁷

(...) que os mais ricos, em escala nacional e internacional, não param de enriquecer, enquanto os mais pobres não param de empobrecer...⁴⁸

(...) que os “progressos” tecnológicos voltam-se cada vez mais contra o homem (à medida que eles levam a produzir cada vez mais com cada vez menos mão-de-obra).⁴⁹

(...) que é absolutamente “democrático” que 10% dos americanos possuam 90% da riqueza dos Estados Unidos, que 1% dos americanos possua 75% das ações das empresas de toda a América...⁵⁰

(...) que o Banco Mundial divulgou relatório onde mostra o crescimento mundial da pobreza e o aumento da distância entre países ricos e pobres, sem apontar qualquer perspectiva de rever-

46 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

47 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

48 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

49 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

50 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

são desses números no curto e médio prazos... a população que vive com US\$ 1 por dia passou de 1,2 bilhões em 1987 para 1,5 bilhões em 1999.⁵¹

(...) que nos Estados Unidos, o gerador da ideia de mercado global deste final de século, onde a taxa de desemprego está no desagradável registro de 6,5%... (dados de 1999).⁵²

(...) que vários empregos ali existentes (Estados Unidos) não oferecem proteção social e são de meio período, conforme alinhamento do Professor John Gray – London School of Economics de Londres (1999).⁵³

(...) que nos países integrantes da Comunidade Econômica Europeia vamos encontrar o desemprego marcando-se em taxas que até beiram os 15% de trabalho, e, nos países emergentes, esse número pode atingir até 30% das respectivas populações. (1999).⁵⁴

(...) que as corporações são o grande inimigo do nosso bem-estar uma vez que elas, sem dever fidelidade a lugares, pessoas ou interesses humanos, utilizam-se da globalização como base para construção dos impérios do novo colonialismo das corporações.⁵⁵

(...) que “existe uma fantástica concentração de poder econômico e político em um grupo cada vez menor de corporações e instituições.”⁵⁶

É demonstrado como o sistema socioeconômico adotado pela maioria dos países vem demonstrando sinais de estagnação. Não há maior igualdade social, há somente o aumento de lacunas que tornam cada vez mais a humanidade competitiva, que levam à exaustão tanto humana como dos recursos naturais.

51 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

52 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

53 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

54 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

55 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

56 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Quando então o mercado criado para proteger os mais necessitados falhou com o seu propósito de idealismo? Para compreender esta perda de identidade, é importante conhecer algumas diferenças entre crematística e economia.

Crematística x Economia

(...) o termo econômico provém etimologicamente dos vocábulos gregos *oikos* e *nomia*, que significam a norma de conduta do bem-estar da comunidade, ou da casa, em um sentido muito ampliado... crematística, que é a acumulação de meios de aquisição em geral, mas tomada aqui no segundo sentido empregado por Aristóteles, no sentido da acumulação da moeda pela moeda (de *khrema-atos*)...⁵⁷

(...) como *khrema* e *atos* (busca incessante da produção e do açambarcamento das riquezas, isto é, acumulação da riqueza pela riqueza).⁵⁸

A prática crematística defende a maximização da rentabilidade financeira (acumulação de recursos financeiros) em detrimento de qualquer outra coisa, se necessário, dos seres humanos e do ambiente. Na visão crematística, não há impossibilidade para a demissão de trabalhadores de forma maciça, mesmo que a empresa esteja obtendo lucro, por vezes recordes, como os exemplos da Michelin, que despediu 7.000 empregados em 2000; da Novartis, que despediu 10.000 em 1998, ano em que anunciou um lucro líquido de cerca de 3 bilhões de dólares; ou, ainda, a demissão de 260.000 a 300.000 empregados, anunciada pela GM, apesar dos lucros acumulados acima de 35 bilhões de dólares no decorrer dos últimos anos da década de 90 e início do terceiro milênio. Segundo dados, as empresas americanas suprimiram em conjunto, apenas no ano de 2000, cerca de 2 milhões de empregos.⁵⁹

57 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

58 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

59 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

É evidente que a crematística visa à pura especulação, à multiplicação frenética e rápida do dinheiro através do próprio dinheiro, o que promove a descaracterização de segmentos das indústrias mais tradicionais. Como por exemplo o caso do Grupo Giat-Industries, na França, que perdeu bilhões de francos na especulação do câmbio do dólar, colocando a sobrevivência da empresa em risco. E como o da Nortel, que perdeu 75 bilhões de dólares em um dia, por insatisfação dos acionistas com os resultados obtidos.⁶⁰

É também comum no meio crematístico o aumento artificial de valor de organizações ligadas ao setor tecnológico. São os “papeis das empresas” valendo mais do que as próprias empresas.

É da natureza da prática crematística recorrer também a aliciamentos de mão-de-obra ditos “preventivos”, como vimos acontecer em larga escala logo após a tragédia do dia 11 de setembro de 2001 em New York, ou não se preocupar com os danos graves causados ao meio ambiente (a contaminação das águas do rio Saint-Laurent pelos resíduos das fábricas de papel e de papelão; os altos-fornos da indústria mecânica que matam inexoravelmente o meio aquático até o Atlântico; o envenenamento por nitrato das terras e das águas causado pela agroindústria processadora de carne suína, por exemplo, na região francesa da Bretanha e no Quebec).⁶¹

Portanto, é fácil afirmar que o princípio crematístico está no centro de muitos escândalos, como o da Empresa Eron, das privatizações do Brasil e da Califórnia, da Crise Argentina...⁶²

60 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

61 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

62 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Para Aristóteles, a crematística é:

*(...) uma atividade contrária à natureza, que “desumaniza” os que se entregam a ela e os “excluídos da comunidade” política; um germe de destruição daquilo que constitui o cimento da comunidade humana: a solidariedade, a necessidade de reciprocidade, a justiça, a ausência de radicalismos e a amizade necessária entre os homens, o necessário contraponto do coletivo em comparação com o individual.*⁶³

É, portanto, importante considerar que tanto Marx, Engels, Smith, Malthus e Mill concordam num ponto: a criação de riqueza por alguns era – e continua sendo – sinônimo de reprodução de miséria para os outros.⁶⁴

Vilfredo Pareto já afirmava que... “não poderia haver ganho para alguém em situação de equilíbrio do mercado a não ser que haja perda para outra pessoa”.⁶⁵

“As pessoas perderam qualquer significado: tudo se resume ao lucro no curto prazo.”⁶⁶

Portanto, o capitalismo mostrou que o mercado é o ditador das regras pelas quais a economia se baliza. O capitalismo se projetou globalmente dado ao fato de que tanto o fascismo, socialismo e comunismo falharam por não conseguir elevar o padrão de vida das sociedades que os adotaram. E agora vem demonstrando sinais de exaustão, comprovados pelas taxas de crescimento da economia mundial nas últimas décadas, que demonstram uma perda de 60% de impulso.⁶⁷

Tabela 2 – Taxa de Crescimento Mundial Anual⁶⁸

1960	1970	1980	1990
5,0% a/a	3,6% a/a	2,8% a/a	2,0% a/a

63 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

64 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

65 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

66 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 32.

67 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

68 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Em 2007, a taxa de crescimento foi de 3,7% a/a, em 2008, de 3,9% a/a, e em 2009 houve uma queda para 3,0% a/a.⁶⁹

Já não se pode negar que este processo de concentração exponencial dos meios de produção e de mecanização, que busca alcançar lucro maximal, traduz-se totalmente contrário ao perseguido inicialmente. A busca pelo lucro obriga o capital a comprimir cada vez mais o custo dos outros fatores de produção, como o trabalho e matéria-prima, e mesmo assim não se consegue manter a lucratividade. Então, cada vez mais, são necessárias mais demissões, na tentativa de elevar a lucratividade, o que contribui maciçamente para o desemprego global. Já não há nenhuma dúvida quanto à afirmação de Karl Marx quando enunciou a famosa lei da queda tendencial das taxas de lucro no capitalismo. Hoje, numa escala planetária, há a conjunção de três fenômenos simultâneos, que podem ser considerados explosivos: a queda tendencial das taxas de lucro, a pauperização generalizada e a pauperização do sistema capitalista. A maior parte da população do planeta vive em condições bem mais difíceis do que as que prevaleciam quando da crise de 1929, e os países do Terceiro Mundo e os do Leste afundam no caos do empobrecimento. O sistema capitalista se torna cada vez mais pobre, e atualmente mantém-se graças apenas às reduções em escala de pessoal e a fusões em conglomerados cada vez maiores.⁷⁰

É cada vez mais difícil alcançar o lucro. Para atingi-lo, as empresas geram cada vez mais desemprego, exclusão e poluição, e se valem de evasões fiscais, manipulações especulativas ou megafusões.

(...) as coisas que a maioria de nós realmente quer – um meio seguro de subsistência, um lugar decente para viver, alimentos saudáveis e não-contaminados, boa educação e cuidados médicos para nossos filhos, um meio ambiente limpo

69 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

70 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

e naturalmente revigorante – a cada dia que passa parecem escorregar ainda mais por entre os dedos da maioria dos povos do mundo... Mesmo nos países mais ricos, os altos índices de desemprego, a redução do tamanho das companhias (*downsizing*), a diminuição do salário real, a maior dependência dos serviços de meio-período e temporários sem benefícios, e o enfraquecimento dos sindicatos estão criando uma crescente sensação de insegurança econômica e o retraimento da classe média.⁷¹

Como é possível fechar esta equação? Situação esta que opõe incessantemente homem contra a natureza, homem contra homem, na luta por bens cada vez mais escassos?

Para Aktouf, se faz necessária uma mudança radical no fundamento das relações entre o capital, de um lado, e o trabalho e a natureza, de outro lado. Uma nova maneira de raciocinar a economia, as organizações, as relações de produção e trabalho. Uma mudança a favor da parceria, da partilha, da proteção do meio-ambiente e da renúncia definitiva da maximização do lucro, apesar de essas ideias serem totalmente indesejáveis pelo sistema capitalista. O egoísmo corporativo e patronal beira a mais cruel das barbáries. É um crime contra a humanidade a demissão média de 400.000 empregados por ano, durante os últimos dez anos, realizada pelas organizações dos Estados Unidos.

O que isto significa? Segundo o economista Raimar Richers: “O risco que corremos não é que o capitalismo se autodestrua como o comunismo: o perigo está em sua estagnação.”⁷²

Cabe aqui uma pergunta: Onde poderá ser absorvida a mão-de-obra decorrente da automatização e demissões em massa promovidas pelo sistema selvagem capitalista?

Para Omar Aktouf (2004), o setor terciário não pode ser “gerador de ‘valor excedente’, não podendo assim amenizar os insucessos da economia produtora de bens...”

71 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

72 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) Pág 24.

Esbarramos num tremendo impasse: o capitalismo venceu todas as demais propostas econômicas – comunismo e socialismo –, ficou sozinho na arena, porém estamos regredindo, o mundo está empacado, o desemprego é universal, a pobreza está aumentando e os países ricos continuam protegendo seus produtos nacionais, a partir dos Estados Unidos, França, Inglaterra e Alemanha.⁷³

Necessário se faz então encontrar soluções viáveis que permitam melhor distribuição de riqueza, e que atenuem a desigualdade social, pois o capitalismo não tem resposta, novas formas de absorção da mão de obra/consumidor, para que o crescimento possa se restabelecer. Uma forma de economia mais justa, igualitária, mais humana e sustentável.

Em seu mais recente livro, *O futuro do capitalismo*, Lester C. Thurow oferece a seguinte colocação: “Talvez surja uma nova forma de socialismo, menos dependente da burocracia estatal, ou até um Estado renovado e autenticamente voltado ao bem social das nações.”⁷⁴

O Sistema Cooperativista

O Cooperativismo, sistema de organização democrática, teve a sua consolidação no século XX fixada no fato de que os detentores do capital são também detentores do trabalho e beneficiários do sistema de produção.

Seu surgimento aconteceu no século XIX, no turbilhão dos cenários político-econômicos daquela época, caracterizados pela alta intensidade das relações de negócios e concentração de capitais nas mãos de uma classe dominante, como resposta à pressão que os artesãos sofriam. Um grupo de 28 pessoas, na maioria operários de fábricas de tecelagem, fundou uma sociedade que inaugurou em 21/12/1844 um “armazém cooperativo”,

73 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

74 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 24.

para atender a seus membros com estoques de produtos diversos, com o nome de Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale (Rochdale – Inglaterra).⁷⁵

O Cooperativismo possui dupla natureza como empresa. Segundo Luiz Ricciardi e Roberto Lemos, “é ao mesmo tempo uma associação de pessoas e uma empresa econômica”.

Como “Princípios Básicos do Cooperativismo”, reconhecidos como normas fundamentais pelos diversos países espalhados no mundo, confirmados pela Aliança Cooperativa Internacional, em 1995 – Inglaterra, pode-se citar:

Adesão livre e voluntária – as cooperativas são organizações abertas a todas as pessoas aptas para usar serviços e dispostas a aceitar suas responsabilidades de sócio sem discriminação social, racial ou religiosa.

Controle democrático – as cooperativas são controladas democraticamente pelos seus sócios, que participam ativamente no estabelecimento de suas políticas. Nas cooperativas singulares, os sócios têm igualdade de votação (um associado, um voto). E as cooperativas de outros níveis são organizadas de maneira democrática.

Participação econômica do sócio – os sócios contribuem equitativamente e controlam democraticamente o capital de sua cooperativa. Ao menos parte desse capital é usualmente propriedade comum da cooperativa. O capital subscrito recebe uma compensação limitada. As sobras (diferenças entre receitas e despesas) são destinadas parte para reservas, benefícios aos sócios na proporção de suas transações com a cooperativa (de que faz parte) e outras destinações que forem aprovadas pelos sócios.

75 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Autonomia e independência – as cooperativas são organizações autônomas, embora possam entrar em acordo com outras organizações privadas para ação em benefício de seus sócios.

Educação, treinamento e informação – as cooperativas devem proporcionar educação, treinamento e informação aos seus sócios, para que eles possam contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento e informar ao público em geral (principalmente os jovens e líderes formadores de opinião) sobre a natureza e os benefícios da cooperação.

Cooperação entre as cooperativas – as cooperativas poderão atender melhor seus associados e fortalecer o movimento cooperativo trabalhando juntas através de estruturas locais, nacionais, regionais e internacionais.

Preocupação com a comunidade – as cooperativas devem trabalhar pelo desenvolvimento sustentável de suas comunidades através de políticas aprovadas por seus associados.⁷⁶

A marca democrática se confirma pelo voto igualitário, pelo compartilhamento das decisões e pela cooperação no trabalho.

O poder decisório é compartilhado, pois os órgãos administrativos e fiscais recebem por delegação o poder que pertence a todos, e o que se conseguir na produção remunera quem produziu e reverte em benefício para o grupo.⁷⁷

⁷⁶ RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

⁷⁷ RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Visões do Cooperativismo

Marcio Roberto Palhares Nami

(...) o capital não substitui o trabalho, mas funciona como recurso auxiliar, pois, como o voto tem o mesmo peso para todos, o capital não substituirá a presença, a participação.

Assim, a partir do voto igualitário, vamos ter a participação igualitária, o que resulta em termos no ambiente cooperativista a manifestação organizada daquilo que mais se aproxima do ideário democrático.

Na cooperativa, o único privilégio que se reconhece é o direito (e o dever) de ser igual a todos os demais associados.⁷⁸ Para Thurow,

(...) democracia e capitalismo têm crenças diferentes a respeito da distribuição adequada do poder. A democracia considera uma pessoa, um voto; para o capitalismo, é a sobrevivência do mais apto.⁷⁹

Tabela 3: Tipos de Cooperativas⁸⁰

Serviços procurados/Desejados	Tipo de Cooperativa
Aquisição de bens de consumo	De consumo
Capitalização, aplicações financeiras, empréstimos, conta-corrente etc.	De crédito
Armazenagem, classificação, beneficiamento, industrialização e comercialização de produtos, venda de insumos agrícolas e de bens de consumo aos associados	Agropecuária
Produtos artesanais, prestação de serviços a terceiros	De trabalho
Aquisição de casa própria	Habitacional
Serviços médicos, odontológicos, psicológicos e afins	De saúde
Ensino de grau primário ou superior organizado por pais de alunos	Educacional
Produção industrial (indústrias administradas e operadas pelos próprios associados, seus proprietários)	Especiais
Outras atividades	Outras

78 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

79 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

80 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Leis do Cooperativismo

O primeiro decreto que menciona o Cooperativismo surgiu no dia 6 de janeiro de 1903, sob o número 799, que permitiu aos sindicatos a organização de caixas rurais de crédito, bem como de cooperativas de produção e de consumo, sem maiores detalhes.⁸¹

Em 5 de janeiro, surgiu o decreto número 1.637, onde o governo reconhece a utilidade das cooperativas, mas ainda sem reconhecer sua forma jurídica, distinta de outras entidades.⁸²

A lei número 4.948, de 21 de dezembro de 1925, e o decreto número 17.339, de 2 de junho de 1926, tratam especificamente das Caixas Rurais Raiffeisen e dos bancos Populares Luzzatti.⁸³

Já o decreto número 22.239, de dezembro de 1932, apresenta as características das cooperativas e consagra as postulações doutrinárias do sistema cooperativista, mas foi revogado em 1934, sendo reestabelecido em 1938. Em 1943, foi novamente revogado, para ressurgir em 1945, e permanece em vigor até 1966.⁸⁴

Apesar de todos os transtornos, foi uma fase de muita liberdade para formação e funcionamento de cooperativas, inclusive com incentivos fiscais.⁸⁵

A partir de 1966, com o decreto-lei número 59, de 21 de novembro, e regulamentado pelo decreto número 60.597, de 19 de abril de 1967, o Cooperativismo foi submetido ao centralismo estatal, perdendo muitos incentivos fiscais e liberdades já conquistadas.⁸⁶

81 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

82 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

83 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

84 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

85 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

86 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Finalmente, no dia 16 de dezembro de 1971, foi promulgada a lei número 5.764, ainda em vigor, que define o regime jurídico das cooperativas, sua constituição e seu funcionamento, sistema de representação e órgãos de apoio. Enfim, contém todos os requisitos para a viabilização do Sistema Brasileiro de Cooperativismo.⁸⁷

A Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971, em anexo, é a lei basilar do Cooperativismo brasileiro.

O Sistema Cooperativista como alternativa

O capitalismo apresenta sinais de exaustão, que podem ser confirmados pela queda constante das taxas de crescimento da economia mundial. Se existe, portanto, uma economia, há de existir uma nova solução. É preciso analisar as características e o potencial do Cooperativismo, pois é uma alternativa ao nosso alcance.⁸⁸

Considerando as consequências negativas do capitalismo, o Cooperativismo, segundo Roberto Rodrigues, presidente da Aliança Cooperativa Internacional, é uma resposta socioeconômica para o desemprego decorrente da Revolução Industrial, evidente tanto nos países do Terceiro Mundo como nos desenvolvidos e em desenvolvimento.

O sistema cooperativista, em sua essência, possui um forte compromisso com a paz e a democracia, já que atua principalmente na esfera social. É a única proposta econômica, como afirma Ailton Vargas, com possibilidade de permitir o verdadeiro exercício da democracia, e pode se tornar a empresa do século XXI, já que vem tornando empresas cada vez mais eficientes, fazendo-as alcançar um importante papel social, ao desonerar o governo, que pode aplicar os recursos poupados em novas frentes de trabalho.

87 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

88 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Pela peculiaridade democrática, pois os titulares do capital são, ao mesmo tempo, titulares do trabalho e os beneficiários dos resultados, é possível afirmar que:

*"O Cooperativismo ganha contornos mais nítidos nos países mais novos, que se empenham na conquista de melhores condições de vida para seus habitantes, a maioria dos quais, ao não poderem contar com poupança interna, se veem forçados a recorrer ao capital estrangeiro para o custeio de seus investimentos em infraestrutura, solução que cobra preços altos para sua implementação, ao penalizar o segmento produtivo pela drenagem de recursos para saldar os compromissos internacionais assumidos. E que o 'Cooperativismo é uma proposição atraente para as sociedades já desenvolvidas, onde o fato de já se encontrarem nos confortáveis passos pós-industriais não as levou ao pleno emprego internamente."*⁸⁹

O Cooperativismo pode ser utilizado para evitar rupturas nas comunidades, já que desencoraja o ganho pela especulação e diminui o poder dominador do capital.

O aprimoramento dos métodos de trabalho e produção alterou profundamente a produção de bens e serviços, o que culminou numa sociedade onde o volume de bens e serviços produzidos está muito acima da capacidade de consumo humano. Esse cenário abrange toda a esfera global. Mesmo nos países desenvolvidos, como Estados Unidos e União Europeia, não se consegue evitar o desemprego decorrente das evoluções tecnológicas. O desemprego acarreta menor poder de compra da sociedade, porque impede o alcance de ganhos exponenciais desejados por parte das empresas, o que proporciona, como efeito cascata, maior número de dispensas.

Não há como desconsiderar que o Cooperativismo é uma resposta socioeconômica para o problema de desemprego atual, que se iniciou com a Revolução Industrial.

89 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 9.

*As cooperativas têm um compromisso social, e agora, quando o desemprego cresce, e as cooperativas geram empregos, devem ser encaradas pelos governos como parceiras extraordinárias em defesa da estabilidade social e, portanto, da paz e da democracia, afirma Roberto Rodrigues.*⁹⁰

Surge então o Cooperativismo como uma possível solução para realocação desta efetiva força de trabalho, marginalizada pela tecnologia e globalização, que abrange inclusive as pessoas aptas somente para as atividades complementares e braçais, como também os empregados, que aspiram a ser donos de seu próprio trabalho.

Organizados em grupos menores, capazes de participar do mercado, se tornam autossustentáveis, e assim desoneram os governos. Readquirem a autoestima e ganham nova estrutura, em termos de trabalho e recursos técnicos.

Thurow considera que: “Para terem sucesso, as economias necessitam de pequenas empresas que cresçam e se tornem grandes.”⁹¹

O Cooperativismo é uma opção para a retomada do desenvolvimento mundial, principalmente para os países emergentes. Este foi o segredo dos Tigres Asiáticos. Roberto Mangabeira Unger, economista brasileiro, professor da Universidade de Harvard, considera que “a cooperação causa o crescimento econômico no médio prazo”. Conclui também que as práticas cooperativistas são apresentadas por economistas como resposta às falhas do mercado de trabalho e do mercado consumidor, descentralizando o acesso às oportunidades e aos recursos.⁹²

Segundo professor Roque Lauschner, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – RS, Brasil:

90 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

91 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

92 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

(...) o Cooperativismo prega o predomínio do trabalho sobre o capital, constitui-se sistema econômico alternativo em relação ao capitalismo e socialismo de estado, e poderia tornar-se, em algum país, o sistema predominante. No capitalismo e no socialismo de estado, é o capital que mantém total autonomia e decisão empresarial. É o capital que assume o risco, a gestão e arrenda o trabalho, pagando-lhe a taxa fixa. Pago o arrendamento do trabalho e outros custos, o capital se apossa de todo o excedente gerado. No sistema cooperativista, pretende-se criar o predomínio do trabalho. O voto não está relacionado e não é proporcional ao capital que cada pessoa possui dentro da cooperativa, mas é igual para cada taxa de arrendamento do capital, e, depois de pago o capital, e outros custos da cooperativa, não pode, portanto, existir salário fixo, equivalente a todos os trabalhadores. Todo o excedente gerado deve ser atribuído a todos os trabalhadores, estejam eles no campo ou na indústria. (...) Caso contrário, haveria exploração do trabalho pelo capital.⁹³

Ganhos e contribuições do cooperativismo

O Cooperativismo promove uma economia mais justa, tanto pela forma democrática em que a organização se apresenta como pela certeza de que os produtos consumidos (seja de bens ou serviços) vêm de uma produção sem exploração, com um custo justo.⁹⁴

“A proposta econômica estruturada sob a chancela do Cooperativismo é a única em condições de possibilitar o verdadeiro exercício da democracia.”⁹⁵

O cooperativismo não apregoa a extinção da propriedade privada nem antepõe empecilhos à iniciativa e às liberdades individuais. Porém, como é uma doutrina econômica que privilegia o social, motiva os indivíduos no sentido de procura-

93 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

94 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

95 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000) PAG 13.

rem atender às suas necessidades em solidariedade com os demais. Assim tudo fica mais fácil, pois em grupo as forças se multiplicam e os resultados alcançados são bem melhores. Em outras palavras, o Cooperativismo não condena a riqueza, mas estimula o seu uso em benefício de todos. Respeitando os esforços e méritos individuais, é uma economia racional e inteligente que combate o egoísmo exacerbado e a ambição desmedida.⁹⁶

A aplicação de um modelo cooperativista promove a inserção no mercado de trabalho, assim restabelece a autoestima das pessoas excluídas do processo produtivo, quer pela marginalização pela tecnologia-globalização, ou *downsizings*, e os torna aptos à sustentabilidade, de modo a desonerar o Estado.

(...) não podemos esquecer que aqui, nos EUA e na Europa, teremos pessoas que não têm para ir muito além do trabalho braçal ou, quando muito, assumir o desempenho de tarefas complementares, como os 15% de jovens ingleses que saíram das escolas sem aprender a ler e escrever corretamente, analfabetismo funcional, que existe também na Alemanha, França e EUA.⁹⁷

O Cooperativismo se constitui também “numa alternativa efetiva para aqueles que, estando empregados presentemente, aspiram a serem donos do seu próprio trabalho”.⁹⁸

O conceito de Cooperativismo fica bastante evidente como a forma mais eficaz de, conjugando esforços e recursos, promover a elevação dos padrões de qualidade de vida dos que se associarem sob suas regras, prestando efetivo serviço às suas comunidades e à própria sociedade.⁹⁹

96 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

97 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

98 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

99 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

A adoção do modelo cooperativista pode proporcionar mudanças relevantes como:

- melhoria na distribuição de renda, principalmente entre os pequenos produtores, artesãos e profissionais liberais;
- Aumento das oportunidades de trabalho;
- maior integração e humanização das relações econômicas decorrente da maior união entre os associados e a comunidade, fomentando maior participação nas mudanças sociais, políticas e econômicas do ambiente;
- cria oportunidades para um desenvolvimento social e econômico mais justo, já que essas mudanças atuam em problemas como falta de emprego, baixa remuneração e exclusão do mercado de trabalho;
- aumenta a conscientização da cidadania, a consciência de direitos e deveres, que são bases importantes para a vida organizada e saudável;
- Proporciona elevação do nível de estima e autorrealização dos envolvidos, que levam a uma maior qualidade de vida da população.¹⁰⁰

O sistema cooperativista agrega, de forma igualitária, pequenos, médios e grandes produtores num mesmo modelo, em convívio equilibrado. Atua num regime de concorrência saudável, sem se antepor a outras empresas ou autônomos concorrentes.

O Cooperativismo defende a propriedade privada e respeita a liberdade de empreender e o estilo de trabalho e de vida de cada indivíduo – não condena a riqueza, mas estimula o seu uso em benefício de todos, respeitando os esforços e méritos de cada um. (...) Só o Cooperativismo permite a verdadeira prática do capitalismo socialmente responsável.¹⁰¹

100 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

101 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Com a adoção de um sistema mais justo economicamente, podem-se resgatar valores perdidos pela adoção de um sistema que se deslocou incondicionalmente em direção à maximização da rentabilidade financeira, como por exemplo:

- a qualidade e durabilidade dos produtos e serviços cerceadas para alcance de preços cada vez mais competitivos;
- a qualificação do trabalho, considerado pela crematística como uma dos primeiros custos dos quais as empresas precisam se liberar;
- a natureza e o meio de vida daquilo que é vivo vistos apenas como estoques gratuitos que podem ser contaminados (custos complementares);
- o emprego que, devido às estratégias transnacionais, é um fator sistematicamente comprimido para manter a competitividade empresarial.¹⁰²

Sistema cooperativismo de consumo

As cooperativas de consumo são voltadas à compra em comum de artigos de consumo em geral e bens duráveis para seus associados. É o ramo mais antigo do Cooperativismo, cujas cooperativas podem se apresentar como armazéns de porte modesto ou até grandes lojas, como os supermercados. Podem ser fechadas, restritas a determinada categoria de pessoas, normalmente servidores de uma organização, ou abertas, servindo à comunidade em geral.¹⁰³

Breve Histórico sobre as Cooperativas de Consumo no Brasil.¹⁰⁴

– **1889** – Surgimento das primeiras cooperativas formais entre os funcionários da Cia. Paulista de Estrada de Ferro (Campinas – SP) e entre os funcionários públicos do Estado em Ouro Preto – MG;

102 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

103 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

104 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

1891 – Cooperativa de Consumo fundada pelos funcionários da Companhia Telefônica em Limeira – SP;

1894 – Constituída, no Rio de Janeiro, na época Distrito Federal, uma cooperativa no ambiente dos militares;

1895 – Criada em Pernambuco a Cooperativa de Consumo dos Funcionários da Fábrica de Tecidos de Camaragibe;

1913 – Surgem as Cooperativas de Consumo entre os empregados da Fábrica de Tecidos Gávea, e dentro do Arsenal de Guerra, no Rio de Janeiro. Foi fundada, ainda neste mesmo ano, a COOPER – Cooperativa de Consumo dos Empregados da Viação Férrea em Santa Maria – RS. Esta cooperativa teve vida longa, pois funcionou até 1960. Foi pioneira em iniciativas de caráter social, e a maior cooperativa da América do Sul.

O ramo consumo cresceu, inúmeras foram as cooperativas criadas pelos servidores de grandes organizações, especialmente das empresas estatais, nas grandes capitais e em algumas cidades de porte médio. As cooperativas de consumo em sua maioria eram fechadas, restritas a determinada categoria de pessoas, em geral servidores de uma organização ou empresa, não se abrindo ao público em geral. Hoje, a situação delas é bem diferente, servem abertamente à comunidade.¹⁰⁵

O número de cooperativas de consumo aumentou significativamente nas décadas de 40 a 80. De 1960 a 1969, existiam cerca de 2.400, a maioria concentradas na Região Sudeste. Hoje existem cerca de 150 unidades no cadastro da OCB, e esta redução é decorrente:

- do excessivo caráter assistencial patronal, como a prática de vendas a prazo, que dificultava a reposição de estoques e promovia a corrosão do capital pela inflação;
- a dificuldade de ampliar a venda de cotas para preservação do poder de compra;

¹⁰⁵ RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

– a política governamental de contenção de gastos, a partir de 1980, que forçou as empresas estatais e outras organizações do governo a cortar gastos;

– e a concorrência com as redes de supermercados e atacadistas, financeira e tecnologicamente mais capazes e atraentes, a partir da década de 1970.¹⁰⁶

Importante registrar que algumas cooperativas venceram as dificuldades abrindo-se ao público, reestruturando-se como grandes pontos de distribuição. Atualmente, vistas como sólidas, atraentes, com multifunções, em processos cooperativos (escola, seguros, esporte, lazer, turismo), tornam-se exemplos de administração e inovação. Podem ser citadas: a COOP (ex-Cooperhodia) – com unidades de distribuição no ABC paulista e noutras cidades do interior; a Consul – dos empregados da Usiminas, Ipatinga-MG, no Vale do Aço; a Coopercitrus, cooperativa de cafeicultores e citricultores de Bebedouro-SP, que dispõe de supermercados para atender à população regional; a Coopercica, de Jundiaí-SP; a Cooperativa Popular de Cerquilha, e a Coopermix, no Vale do Itajaí, Santa Catarina.¹⁰⁷

Outras numerosas cooperativas se situam em regiões interioranas do Brasil, como Norte e Nordeste, mas em geral de porte pequeno e médio.¹⁰⁸

Coop/ SP – Um estudo de caso

A COOP possui mais de 56 anos de história. É a maior cooperativa de consumo da América Latina, como também assume a 13ª posição no *ranking* nacional de supermercados, segundo a ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados. Possui mais de 10 unidades distribuídas pelo Estado de São Paulo, que se destacam pelo apoio a projetos sociais e pelos trabalhos realizados com as comunidades onde elas atuam.¹⁰⁹

106 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

107 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

108 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

109 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

Diferente das redes de supermercado, a Coop se define como:

Somos uma cooperativa de consumo. E isso muda muita coisa: como cooperativa, nosso objetivo não é obter lucro, mas sim prestar um serviço à sociedade, promovendo o Cooperativismo, a sustentabilidade e a responsabilidade social. Fazer compras na Coop é encontrar preços competitivos, serviços de qualidade e a possibilidade de se tornar um cooperado nosso, participando de decisões importantes e recebendo uma série de vantagens.¹¹⁰

Com a **visão** de:

Ser, para os cooperados, a melhor empresa de varejo, nas comunidades onde atua, segundo os princípios cooperativistas.¹¹¹

A **missão** de:

Oferecer aos cooperados as melhores condições de acesso a bens e serviços.¹¹²

E os **valores**:

- Ter o Cooperativismo como nossa filosofia;
- Ter o cooperado como nossa razão de existir;
- Promover o fortalecimento e divulgação do Cooperativismo;
- Manter o compromisso com a comunidade e o meio ambiente;
- Trabalhar no desenvolvimento dos cooperados e no aprimoramento contínuo dos colaboradores;
- Incentivar o ambiente participativo e a criatividade;
- Praticar a ética;
- Estabelecer relação justa com os fornecedores e demais públicos;
- Sempre buscar a excelência, o pioneirismo e a inovação em relação ao mercado.

110 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

111 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

112 RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto (2000).

HISTÓRICO

1950

1954 – Em 19 de janeiro de 1954, acontece a Assembleia Geral de Constituição da Cooperativa. A Coop era então denominada Cooperativa de Consumo dos Empregados das Companhias Rodhia, Rodhiaceta e Valisère.

1954 – Abertura da primeira unidade aos cooperados, no Município de Santo André/SP.

1955 – Comemoração do 1º aniversário da Cooperativa. A empresa contava com 2.397 cooperados, parcerias com drogarias e farmácias, grande variedades de produtos (de capas a camisas), os primeiros caminhões, e o lançamento do 1º Boletim Mensal da Cooperativa.

1956 – Oferta de novos produtos aos associados como *lingerie*, alumínio e papelaria. A Coop passa a ditar moda em Santo André.

1957 – Foi a primeira cooperativa de São Paulo a adotar o sistema "Pegue e Pague". Foi realizada a aquisição de balcões frigoríficos, gôndolas, balanças de precisão e carrinhos, tudo importado da França, com financiamento realizado pela Rhodia.

1958 – A Prefeitura Municipal de Santo André aprova projeto de lei que isenta as cooperativas de vários impostos.

1959 – Inauguração da unidade Parque das Nações, localizada na Rua Argentina com Avenida Brasil.

1960

1960 – Lançada a primeira revista da Cooperativa.

1961 – Inauguração do primeiro depósito fechado da Cooperativa em Santo André, Rua Campos Sales.

1962 – Fundação da Cooperativa de Economia e Crédito Mútuo dos Empregados da Rhodiaceta (credirhodiaceta).

1963 – Aprovada a compra de mais um prédio. Surge uma ideia: auxílio-funeral.

1964 – Inauguração da unidade do bairro Casa Branca, na Rua 11 de Julho.

1965 – É considerado como o ano do início do término da fase mais romântica da história da Cooperativa, a fase da autoafirmação do empreendimento. Destaque para as seções de roupas masculinas e eletrodomésticos.

1966 – Eleição do presidente Lucien Eugene Genevois, francês, cujo mandato durou apenas um ano. Aquisição do imóvel da Rua Queiros dos Santos, 302.

1967 – Lançamento da camisa “Volta ao Mundo”, produzida pela Valisère, do Grupo Rhodia.

1968 – Expansão da unidade do Parque das Nações, que ganha 2º pavimento, localizada na Rua Oratório. O Grêmio Recreativo da Cooperativa conquista o título de campeão em sua série, realizada no Clube Atlético Rhodia.

1969 – Passados 15 anos da fundação da Cooperativa de Consumo dos Empregados do Grupo Rhodia, seu nome passa a ser considerado sinônimo do próprio Cooperativismo (O Repórter, 21/12/1969).

1970

1970 – Cooperativa Rhodia Hipermercado: Inaugurada a unidade da Avenida Queiroz dos Santos. A Cooperativa inova ao promover desfiles de moda.

1971 – Chega a concorrência: Cinco meses após a inauguração da unidade Hiper, o supermercado Jumbo, do Grupo Pão de Açúcar, é inaugurado entre as unidades fabris da Rhodia.

1972 – Inauguração da unidade Coop de São Bernardo, em dezembro.

1973 – Completa-se o ABC Paulista: É inaugurada a unidade de São Caetano, localizada na Rua Joana Angélica, no bairro Vila Barcelona.

1974 – Eleito presidente em março de 74, Nestor Pereira, até então assessor administrativo da Rhodia, seria reeleito 10 vezes consecutivas, durante 22 anos.

1975 – Adesão à Fecoop: No dia 13 de junho de 1975, a Coop ratifica a sua adesão à Federação das Cooperativas de Consumo do Estado de São Paulo.

1976 – Novo Estatuto Social: Em Assembleia Geral Extraordinária, é reformulado o estatuto social da Cooperativa, tornando-a aberta, em termos de associação, a toda a comunidade.

1977 – Expansão da Cooperativa: Inaugurada a Unidade Industrial (Avenida Industrial, 2001, em Santo André).

1978 – Ano da Copa do Mundo: Para a Cooperativa, é tempo de investir em mídia. Desenvolvimento de campanhas para venda de televisores, rádios e autofalantes, com preços e condições especiais.

1979 – Jubileu de Prata: Inaugurada a atual unidade Parque das Nações, localizada na Rua Suíça, terceiro endereço da Coop no bairro.

1980

1980 – Criado o primeiro ambulatório e enfermaria para os funcionários da Coop. A “Cooperativa em Revista” passa a ser dirigida por duas jornalistas formadas na imprensa do Grande ABC: Maria Lúcia Sauerbronn de Souza e Ingrid Simões.

1981 – Inaugurado em maio o Depósito Central em Utin- ga, na cidade de Santo André. A Coop objetiva a centralização do estoque.

1982 – Primeira Unidade fora do ABC: A Cooperativa adquire um terreno em São José dos Campos para a construção da sua sexta unidade.

1983 – É inaugurada em dezembro a unidade Santana, em São José dos Campos.

1984 – Em seu 30º aniversário, a Coop já dispunha de 12.500 produtos para seus cooperados. É também inaugurada a unidade Joaquim Nabuco, em São Bernardo do Campo.

1985 – Pela primeira vez, a Cooperativa participa da Olimpíada Rhodia, marcando 65 anos da Rhodia no Brasil. Instalado o Centro de Processamento de Dados (CPD).

1986 – Um drible do Cruzado: A crise provocada pelo Plano Cruzado obriga a Coop a adiar o início da construção da unidade Mauá/Ribeirão Pires.

1987 – Primeira SIPAT: A Coop adquire nova política administrativa, econômica e operacional. Realizada a primeira SIPAT – Semana Interna de Prevenção de acidentes de trabalho –, onde os colaboradores receberam orientações sobre o assunto.

1988 – Mais uma unidade: A Cooperativa chega em dezembro a Ribeirão Pires, para também atender a Mauá.

1989 – Cooperhodia, a melhor do ano: A Coop recebe o prêmio de Empresa do Ano da revista Exame, no segmento Supermercado.

1990

1990 – Reforma da unidade de São Caetano: Em junho, os cooperados puderam conferir a entrega das unidades remodeladas. Inauguradas as unidades Capuava e Perimetral.

1991 – Concurso Miss Paulista e novas unidades: Em março, aconteceu a final do Miss Paulista, com vitória de Vera Lúcia Porto, digitadora da Cooperativa. Incorporada a Cooperativa ABC. Surgem as unidades Perimetral e Capuava, e a primeira drogaria oriunda do ABC.

1992 – Encontro dos Administradores do Centro Administrativo: O encontro aconteceu entre o atual presidente, Nestor Pereira, e os quase 50 fundadores.

1993 – Parceria com a Fundação Bradesco: Recebemos a primeira Nota Fiscal Eletrônica de vendas emitida no Estado de São Paulo, gerada pela Wickbold.

1994 – 40 anos da Cooperativa, com edição especial da revista: Ao completar quatro décadas, a Cooperativa ganha uma revista especial, destacando a modernidade e o Centro Administrativo.

1995 – Entra em vigor a Tarifa Externa Comum no âmbito do Mercosul. A Coop busca parceiros para o Mercosul e adere à importação.

1996 – Após 22 anos na presidência, Nestor Pereira entrega o cargo para o sucessor Antonio José Monte.

1997 – Lançamento de duas novas marcas: Com a nova logomarca da Cooperativa, nasce também a marca Coop Plus.

1998 – A Coop torna-se patrocinadora oficial do E. C. Santo André. Com um número de eleitores nunca visto antes, Antônio José Monte é reeleito.

1999 – Cooperativa de Consumo passa a ser a nova razão social da Cooperativa.

2000

2000 – Inauguradas as unidades de Mauá, Morumbi e Pereira Barreto.

2001 – Inaugurada a unidade Tatuí e Rudge Ramos. Entra em funcionamento a Central de Panificação, na unidade Ribeirão Pires.

2002 – Coop em Sorocaba: Aprovada uma verba de 350 mil reais para o atendimento a nove entidades assistenciais do Grande ABC, numa nova modalidade de cooperação social da Coop com a sociedade. Inauguradas as unidades Diadema, Café Filho e Sorocaba.

2003 – 1 milhão de cooperados: Ministro Roberto Rodrigues torna-se sócio de número 1 milhão da Coop.

2004 – Coop 50 anos: Inaugurada a unidade Vollet Sachs, em Piracicaba.

2005 – A unidade Mauá ganha mais 800m², alcançando 3.900m² na área de atendimento. Lançado o cartão Coop Fácil Empresa, que facilita desconto em folha dos convênios. Inaugurada a TV Corporativa.

2006 – Coop é pioneira: Certificação OHSAS 18001:99. Com Sistema de Gestão de Segurança e Saúde Ocupacional, a Coop é pioneira no Brasil no segmento do varejo de alimentos. Lançamento do Coop Fácil Private Label, parceria com o Bradesco, que dá aos cooperados um meio de pagamento prático e seguro.

2007 – Coop rumo ao litoral: São inauguradas as unidades Jacob Emerick, em São Vicente, e Vianas, em São Bernardo do Campo: primeiro passo rumo ao litoral. Lançamento da marca própria “Delícias da Coop”, para produtos de panificação.

2008 – Atingida por um incêndio, a unidade Parque das Nações reabre totalmente modernizada. São inauguradas as unidades Zapt Coop Jardim Milena, em Santo André, e a Central de Relacionamento Coop.

2009 – 55 anos de Coop e 1,5 milhão de cooperados: São inauguradas a Zapt Coop Utinga e a Zapt Coop Palmares, em Santo André. Mais uma loja é aberta em São José dos Campos: a unidade Novo Horizonte. Com 55 anos, a Coop atinge a marca de 1.500.000 cooperados. Cerca de 8.000 pessoas participam do III Encontro de Corrida e Caminhada Mexa-se.

2010

2010 – Inauguradas as unidades Coop D. Pedro I e Itapark, em Mauá. Cerca de 17 mil pessoas participam da 4ª edição do Mexa-se.

2011 – Coop premiada: A Coop é uma das cinco empresas vencedoras do «*Customer Relationship Management Excellence Awards 2011*» para a região das Américas, e recebe Ouro na categoria *Customer Analytics* – melhores práticas em análise e uso de informações de clientes.

Atualidades sobre a Coop/SP

Atualmente a Cooperativa possui 27 lojas espalhadas por municípios do Estado de São Paulo. São lojas diversificadas, que vendem desde produtos alimentícios até eletrodomésticos. São ofertados cerca de 490 produtos alimentícios com marca própria, programa chamado “Coop Plus”, que segue os princípios cooperativistas e oferece a melhor qualidade pelo melhor preço. Suas lojas são abastecidas pela Central de Panificação, que desenvolveu cerca de 150 especialidades de padaria, confeitaria e rotisseria. As unidades são distribuídas da seguinte forma:

Município de Santo André: Com doze unidades: Queiroz, Parque das Nações, Industrial, Perimetral, Capuava, V. Luzita, Carijós, Pereira Barreto, Jardim Milena, Utinga, Palmares e D. Pedro.

Município de Diadema: Com uma unidade, chamada Diadema.

Município de Mauá: Com duas Unidades: Barão de Mauá e Itapark.

Município de Piracicaba: Com uma unidade, chamada Vollet Sachs.

Município de Ribeirão Pires: Com uma unidade, chamada Ribeirão Pires.

Município de São Bernardo do Campo: Com quatro unidades: Joaquim Nabuco, Rudge Ramos, Café Filho e Vianas.

Município de São Caetano do Sul: Com uma unidade: Joana Angélica.

Município de São José dos Campos: Com três unidades: Santana, Morumbi e Novo Horizonte.

Município de São Vicente: Com uma unidade: Jacob Árvore Grande.

Município de Tatuí: Com uma unidade: Onze de Agosto.

As lojas oferecem também produtos importados de alta qualidade, a preço justo e competitivo, programa este chamado de “Exclusividade Coop”.

Como forma de aumentar a comodidade dos associados, junto às lojas foram instaladas drogarias, que promovem ofertas específicas, que podem ser consultadas através do *site*.

São realizadas várias campanhas promocionais, como por exemplo a campanha da raspadinha: “Raspou, Achou, Levou! Com mais de 150.000 presentinhos e presentões!”

A Cooperativa mantém ainda drogarias populares, com aplicação gratuita de medicamentos, e o Programa “Blitz da Saúde Mexa-se”, que funciona de segunda a sábado, das 8 às 14h. O Blitz da Saúde Mexa-se fica em uma unidade Coop, com uma equipe de profissionais prontos para realizar testes de saúde como glicemia, aferição de pressão e IMC (Índice de Massa Corpórea), e para dar orientações sobre hábitos de vida saudável e atividades físicas.

A empresa oferece vários tipos de cartão, como por exemplo o “Cartão Coop Fácil”, que possui vantagens exclusivas para os cooperados, oferece variadas opções de pagamento, vantagens e descontos especiais nas ofertas e promoções.

Alguns serviços são disponibilizados nas unidades de venda, que procuram facilitar a vida de todos os cooperados, como: correspondente bancário, entrega em domicílio, recarga de celular, *ticket* gás, estação reciclagem e convênios, que permitem o desconto de contas diretamente da folha de pagamento. O cooperado pode acompanhar o volume das suas compras através do *site*, assim manter perfeito controle sobre os seus gastos.

Na área de entretenimento e comunicação, os cooperados contam com a programação da Radio Coop, que pode ser ouvida em casa ou na Internet, com a possibilidade de pedir músicas, enviar comentários ou sugestões para a programação.

Mensalmente é publicada a Revista Coop, com tiragem de 25.000 exemplares, que aborda temas de interesse da comunidade como saúde, qualidade de vida e curiosidades, além de assuntos do interesse específico dos cooperados, como a seção “Por dentro da Coop”, que divulga as ações realizadas. A revista é vendida nas unidades ao valor de R\$ 2,00, e parte do dinheiro arrecadado é doado para Instituições de Caridade. Em 2010, mais de 34 mil reais foram encaminhados diretamente à Federação das Apaes do Estado de São Paulo.

Através do Programa “Planeta Coop”, a Cooperativa oferece gratuitamente aulas e cursos sobre assuntos como Artesanato, Saúde & Bem Estar, Culinária, Estética e Beleza. Essas atividades acontecem durante o ano todo, e seguem uma programação diferenciada, que contribui para o conhecimento e desenvolvimento de novas habilidades dos participantes. Com mais de 10 anos de existência, o Ciclo de Palestras é um projeto voltado exclusivamente para os cooperados. Em 2010, foram 1.449 palestras, 2.838 horas-aula, mais de 45 mil vagas, 9 mil a mais do que o ano anterior.

O Projeto “Escola vai à Coop”, iniciado em 2002, em parceria com a Triacanto, leva os princípios do Cooperativismo aos futuros cidadãos em todas as comunidades onde a Coop atua. Além de reforçar o aprendizado das matérias didáticas, como matemática, ciências e português, o projeto tem como principal objetivo a formação do consumidor de amanhã. O retorno é muito positivo, cerca de 22 mil alunos de 198 escolas visitaram a Coop em 2010. A visita obedece à seguinte programação:

- Começa com uma palestra sobre a História da Coop e do Cooperativismo, cheia de dicas para a formação de um consumidor inteligente.

- As crianças fazem um passeio pelos diversos setores da unidade, onde podem observar na prática os conceitos que foram ensinados na palestra.

- Como material de apoio, os pequenos visitantes recebem a cartilha *Coop Kids*, que contém noções básicas do Cooperativismo e preservação ambiental.

- Quando retornam às escolas, os alunos realizam atividades complementares à visita, como redação, desenhos e relatórios.

Para ajudar a inspiração, na hora de cozinhar, a Coop disponibiliza sempre duas opções de cardápio a cada semana, no *site*, com as listas de compras das respectivas receitas, programa chamado “Menu da Semana” e, a cada mês, um *chef* convidado mostra receitas, dicas e modos de preparo.

A Cooperativa incentiva a prática de atividades físicas e melhor qualidade de vida, através do Programa “Mexa-se”, que iniciou em 2007. É um programa que proporciona para a comunidade saúde, bem-estar e orientação de profissionais da área da saúde, além de desenvolver o Cooperativismo. As atividades do Mexa-se acontecem em diversas unidades da Coop e, anualmente, um grande evento de Corrida e Caminhada reúne milhares de pessoas para uma prova que combina atividade física e cooperação. Através de *blog*, são divulgadas informações sobre atividades físicas e seus benefícios, e o calendário da programação disponível. O *site* oferece também planilhas para atividades físicas com três categorias: iniciante, intermediário e avançado, chamadas de “Programa para se Mexer”.

Como canais de comunicação, a Coop-SP disponibiliza Atendimento Pessoal nas unidades de venda, Chat e SAC (0800-7222667).

No mês de outubro, a Coop completa 57 anos de fundação, e seu fornecimento de janeiro a julho apresentou crescimento real (descontada a inflação pelo IPS – Índice de Preços dos Supermercados) de 2,07%, em comparação ao mesmo período do ano pas-

sado, percentual superior aos 1,48% registrado pela Associação Paulista de Supermercados (APAS).

É evidente que tanto o capitalismo como o socialismo não conseguiram diminuir a distância entre os mais ricos e os mais pobres. Por outro lado, a busca incessante pela maximização do lucro trouxe inúmeras contribuições à sociedade, ao promover o seu desenvolvimento tecnológico, mas, infelizmente, tais tecnologias não resolveram, ainda ampliaram a pobreza, a exclusão, a violência e a destruição das nossas riquezas naturais. Hoje vivenciamos uma crise de consumo, e não de falta de produtos. A produtividade alavancada pelas automações, pelos treinamentos, pela especialização do trabalho, criou um mercado peculiar, onde existe uma condição de excesso de produtos, bens e serviços. A dificuldade no momento é encontrar consumidores para a alta oferta. O mercado vive uma crise de solvência e de concentração excessiva de capital, e não mais uma crise de produtividade e competitividade na produção. Não existe falta de produtos, existe falta de consumidores. Todas as empresas se queixam de falta de demanda para a sua produção.

Atualmente, o crescimento das empresas está baseado mais na disputa de mercado com a concorrência do que no aumento da produtividade. Por isso, é preciso encontrar opções que promovam o aumento do mercado consumidor e criem condições de absorção dos excedentes.

É certo argumentar que o capitalismo trouxe contribuições indiscutíveis como o trabalho, os bens de consumo e a produção em escala, tendo aumentado inclusive a arrecadação de tributos, que tanto contribuíram para solução de problemas sociais. Mas, infelizmente, vive-se um impasse, que poderá ser transmutado através da adoção de uma forma mais humana de organização socioeconômica, comprometida consigo mesma, que garanta de forma mais segura meios de subsistência a uma parcela maior da sociedade.

Nos meios de estudos administrativos, se promove a formação de sinergia. Defende-se que as empresas já não podem mais ser piramidais, pois existe a necessidade fremente de reduzir os níveis hierárquicos para aumentar a participação dos membros da organização, de modo a tornar possível maior comprometimento e fidelização dos colaboradores. É a própria mudança da humanidade, da concepção do homem do seu ambiente. Um desmembramento hipotético leva a imaginação a determinar o que satisfará o homem do futuro. Provavelmente ele se colocará cada vez mais como dono de suas próprias ações, senhor dos seus próprios sonhos, e buscará a realização cada vez mais rápida das suas expectativas de qualidade de vida e maior convivência familiar.

No modelo capitalista atual, normalmente o homem se sente invadido e cerceado, pois necessita trabalhar por anos para atender suas expectativas quanto à qualidade de vida; através do Cooperativismo o homem adquire sua liberdade, atua como dono de seus próprios meios e responsável pelo seu próprio sustento. A visão de remuneração pelo trabalho o leva a sua própria eficiência e limite. Pode despendar as horas que deseja e reservar momentos para o convívio com sua família e amigos. Não precisará se dedicar de forma exaustiva para obtenção do *status quo*, pois está atuando num sistema com remuneração mais justa.

O crescimento e desenvolvimento socioeconômico também não pode ser visto como infindo. Como a própria economia se autodefine, como estudiosa da aplicação de recursos escassos, devemos, portanto, considerar os limites físico-materiais que a natureza impõe. Somente a revisão do modelo adotado atualmente poderá ampliar a distribuição de renda e trazer maior equidade humana, e consequente preservação de recursos.

Como apresentado pelos autores, o enriquecimento ilimitado é apenas transferência de riquezas dos mais pobres para os mais ricos. Uma minoria de superricos não compensa a perda de capa-

cidade de consumo real da esmagadora maioria dos mais pobres, daí o surgimento das crises, recessões e aumento vertiginoso da violência.

Para produzir cada vez mais, as empresas optam por decisões (demissões, *downsizing*, reengenharias) que acabam por diminuir a capacidade de compra do mercado. Somente uma inversão neste pensamento poderia atenuar este quadro. Aumentos na capacidade de compra da sociedade demandariam aumentos de produtividade, que acabariam por gerar cada vez mais riquezas, e maior empregabilidade, como consequência direta. Provavelmente, no futuro próximo, será necessária a revisão destes conceitos. Na verdade, podemos estar “matando nossa galinha de ovos de ouro”.

É fato que o capitalismo não está funcionando, pois nunca houve riquezas tão grandes, e ao mesmo tempo tão mal distribuídas. O lucro empresarial beneficia pouco, e o acúmulo de riqueza custa à sociedade a perda de grande poder aquisitivo global.

Através da adoção de um modelo socioeconômico mais responsável e justo, é possível amenizar tais diferenças. Embora o capitalismo esteja orientado para a maximização do valor de troca a curto prazo, é possível a adoção de um sistema voltado para a capitalização a longo prazo, fomentar o mercado social, criar garantias de bem-estar a uma fatia maior da sociedade, obter maior preservação dos recursos e empregos, e possibilitar maior capacidade de consumo. Um maior equilíbrio entre os fatores de produção traria maior equilíbrio social. Diferentemente do modelo atual, a remuneração através do trabalho geraria maior riqueza do que através do capital.

Com a melhor remuneração, menos energias seriam despendidas nos processos produtivos, de modo a tornar possível o alcance de mais riqueza com os mesmos insumos, além do maior poder aquisitivo e benefícios à sociedade. Na verdade, o “lucro”

seria menos caro para a humanidade, mais limpo, mais respeitoso à dignidade do cidadão e à natureza.

Também, através da apropriação do seu trabalho, o homem ganharia em motivação e zelo para cumprir seus compromissos. A sociedade teria à sua disposição produtos de melhor qualidade com a segurança de maior promoção social. Hoje, as empresas investem quantias cada vez maiores em tentativa de manter e motivar seus colaboradores, sem muitas vezes obter um comportamento contínuo. Tal dificuldade se origina na evolução do homem, tanto em essência como em desejos, o que o torna uma peça em constante busca por melhores condições e, principalmente, por realizações. Através do modelo cooperativista, é possível promover maior entusiasmo, já que o homem se faz dono de si mesmo, da sua própria capacidade, do seu próprio trabalho. O Cooperativismo se mostra como uma possível solução para ganho de autonomia, pois gera maior segurança, autoestima e qualidade de vida.

O modelo cooperativista é um modelo inteligente, que promove tanto o conhecimento como a ética. Ao fazer junto, é possível fazer mais, assim gerar envolvimento de todos ativamente, na organização e destino da empresa cooperativa. A apropriação total, onde tudo é feito com vistas à coletividade, proporciona a diminuição dos ruídos, que normalmente existem numa organização tradicional. É claro que o modelo cooperativista propõe limites à ambição de multiplicação infinita de ganhos financeiros, mas é importante considerar que a estagnação do capitalismo também vem promovendo cada vez menos o crescimento das empresas.

Através do Cooperativismo, é possível aumentar a convergência dos interesses e objetivos, já que ambos os papéis, patrão e empregado, são desempenhados pelos próprios cooperativistas. Novas oportunidades surgiriam, que poderiam atuar de forma contundente na amenização da violência, tão comum na sociedade atual, por meio de alavancar o desempenho da economia, como um todo. Com menos investimentos, haveria o aumento da

produção, e com gastos menores de energia haveria o aumento da riqueza.

Um dos principais benefícios da adoção do Cooperativismo é o aumento do número de oportunidades de trabalho, que neste momento poderia atuar como colaborador na reversão desta tendência de queda do mercado consumidor. O aumento do poder de compra, a adoção de uma economia mais humana, que hoje é vista como uma opção, breve poderá se mostrar como uma necessidade.

Importante ainda ressaltar que, com a melhor distribuição de riqueza, muitos conflitos poderiam ser atenuados. A diminuição da necessidade de recorrer à criminalidade poderia criar uma sociedade mais adequada aos desejos de todos, diminuindo inclusive a população carcerária. As “sobras” cooperativistas beneficiam muitos, aumentam a capacidade de consumo, geram aquecimento da economia, melhor distribuição de riquezas e, inclusive, maior contribuição para o Estado. E um Estado mais rico pode atuar com maior eficiência.

O modelo cooperativista utiliza o que há de melhor tanto do capitalismo como do socialismo. Se serve do capitalismo como base de sustentação, já que as cooperativas têm de ser competitivas; e do socialismo como base para geração de equilíbrio e harmonia na distribuição de riquezas.

O cooperativismo pode diminuir a contradição imposta pela adoção do sistema capitalista, ao diminuir os antagonismos. A remuneração do trabalho amplia a capacidade criativa, aumenta a liberdade e promove maior satisfação do homem. É uma possibilidade contra a miséria provocada pelo desemprego através da criação de novas opções de trabalho e conquistas, assim atende às lacunas que o capitalismo não alcançou. O Cooperativismo é uma opção para a contemplação do social através do econômico e financeiro.

Por ser voltado para o homem, age como agente transformador e regulador da sociedade, pois dá ao homem a liberdade de si próprio, de se autoproduzir, autodeterminar-se e, principalmente, autoexplorar-se. Ele produz para si, vende para si e trabalha para si. Seu sucesso dependerá do seu próprio esforço. O Sistema Cooperativista pode melhorar a situação econômica, social e cultural das pessoas com menos recursos, abrir novas possibilidades, fomentar o espírito de iniciativa.

Este trabalho conclui que o Cooperativismo é uma alternativa válida para amenizar as disfunções geradas pela aplicação predatória do modelo capitalista. No Brasil, a economia se caracteriza pela grande existência de micros e pequenas empresas, o que intensifica a noção de que, através deste modelo, é possível resgatar a parte da população produtiva excluída das grandes organizações.

A adoção do modelo cooperativista pode envolver parte das pessoas que possuem dificuldades para se tornar empresárias. É grande verdade que, através da união, o homem consegue o que não pode sozinho.

A reunião de pessoas em prol do mesmo objetivo, princípio basilar do Cooperativismo, permite que, no caso das cooperativas de consumo, se oferte ao cooperado produtos mais baratos do que os provenientes das grandes corporações. Não há atravessadores. O produto vai do produtor ao consumidor com custos apenas de administração e estocagem.

O Cooperativismo poderá promover um novo tempo, baseado em uma nova forma de produção e relações de trabalho. Como conclusão do estudo, é correto afirmar que o Cooperativismo é uma solução possível para atenuar as lacunas do capitalismo, e que, inclusive, já está presente no nosso cotidiano.

Referências Bibliográficas

- AKTOUF, Omar. *Pós-globalização, administração e racionalidade econômica*. São Paulo: Atlas, 2004.
- BITTENCOURT, Dênia. *Introdução ao Cooperativismo* : Unisul Virtual, 2007.
- BEDIN, Marcos. “Cooperativas catarinenses dos ramos saúde e consumo são destaque nacional.” *Gestão Cooperativa*, Agosto/setembro, 2006.
- CAPRA, Fritjof. *O ponto de mutação*. São Paulo: Pensamento-Cultrix, 1982.
- MENEZES, Antônio. *Nos rumos da cooperativa e do Cooperativismo*. Confedbras, 2005.
- NAMI, Márcio Roberto Palhares. *Economia social e Cooperativismo na atual realidade econômica*. Unisul Virtual, 2011.
- VANUSIA, Duarte. “Consumo em alta, custos em baixa”. *Gestão Cooperativa*, Dezembro, 2005.
- VAZ, Cristina. “Como se abre uma cooperativa”. *Gestão Cooperativa*, Janeiro/fevereiro, 2005.
- RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto. *Cooperativa, a Empresa do Século XXI*. São Paulo: LTR, 2000.
- <<http://www.coop-sp.com.br>> acesso em 23/4/2010.
- <http://www.unisinos.br/publicações_cientificas/imagens/stories/pdfs_educacao/vol11n1.art02.keil_pdf> acesso em 16/09/2011.
- <<http://www.vestibular1.com.br/revisao/globalizacao.doc>> acesso em 16/9/2011.
