

Intercooperação Inovação no Cooperativismo da Serra Gaúcha

Margarete Luisa Arbuseri Menegotto, Gilmar Bergozza,
Carlos Alberto Oliveira Oliveira

RESUMO

A intercooperação é relevante dentro do cooperativismo, requer um bom relacionamento entre as cooperativas envolvidas, bem como objetivos comuns e um plano de gestão aplicável. Cabe a cada cooperativa inovar, renovar seus conceitos, estar aberta a novas oportunidades de visão e negócio no cooperativismo. O presente trabalho analisa as compras coletivas de 5 cooperativas da serra gaúcha, descrevendo o processo de compras e seus benefícios, fortalecendo a relação dos participantes do projeto. O cooperativismo é uma organização que gera benefícios aos seus associados, então a intercooperação além dos benefícios fortalece ainda mais os valores e o ideal cooperativista nascido em Rochdale. Para a obtenção dos dados foi utilizada a técnica de levantamento de dados por meio de documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante. A pesquisa foi aplicada na região da Serra do estado do Rio Grande do Sul. Para os dados coletados com as respostas abertas utilizou-se a análise de conteúdo. Após o agrupamento dos dados foi realizada a análise descritiva. Baseado nessas análises pode-se constatar que as compras coletivas obtiveram como objetivo principal de aumentar a competitividade, minimizar custos e obter parcerias. Os resultados permitem mostrar as premissas do modelo adotado: Inovação contínua; Inovação no âmbito da empresa e Inovação sustentável,

Palavras-chave: Intercooperação. Inovação. Cooperativismo. Inovação sustentável. Cadeia vitivinícola.

1 INTRODUÇÃO

O cooperativismo é um conjunto de princípios que reúne pessoas com os mesmos interesses, econômicos culturais e sociais dentro de uma atividade para gerar benefícios a todos os membros, os cooperados. Segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB 2013) o cooperativismo é uma filosofia de vida que busca transformar o mundo em um lugar mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos. Na atualidade, com a velocidade e a forma complexa que as mudanças acontecem nos aspectos sociais, econômicos, políticos, tecnológicos e educacionais, adequar-se neste contexto exige aprendizado constante e inovação, seja de forma individual ou coletiva. Estas mudanças constantes e o avanço do mercado capitalista no mundo, obriga as organizações a inovarem tanto no administrativo (planejamento, estratégia e controles) quanto em termos físicos (produção, industrialização, distribuição e serviços) para continuarem inseridas no mercado. Na afirmação de Maraschin (2004) o cooperativismo tem grande importância, pois as cooperativas surgem como uma oportunidade para melhorar as condições dos cooperados frente ao poder de mercado.

Independente do tamanho as organizações não possuem todas as competências necessárias para desenvolver suas habilidades e ajustar-se ao meio em que estão inseridas, por isso aprender e adaptar-se é fundamental. Para isso a colaboração de parceiros é uma opção para complementar estas competências. Entretanto muitas cooperativas persistem em atuar individualmente no mercado, quando não concorrem e disputam de forma acirrada o mesmo mercado expondo uma fragilidade no sistema cooperativo. Diante deste desafio intercooperar é mais complexo do que formar simples parcerias com outras cooperativas é inovar buscando

alternativas que fortaleçam o segmento cooperativo abrindo novas perspectivas. A intercooperação é um princípio definido desde 1966 pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI), para Lago (2012) esta prática ainda é incipiente no cooperativismo brasileiro enfrentando barreiras e resistência dentro do cooperativismo.

A cooperação como processo de relação social é um aspecto fundamental na evolução da humanidade e no desenvolvimento das relações coletivas, na atualidade está marcada por desafios e oportunidades para as organizações. Para que o cooperativismo cresça ele precisa de forma constante evoluir e enfrentar as adversidades impostas pela concorrência. A mudança de produtos, ideias e serviços estão cada vez mais presentes no mercado atual. Schumpeter (1984) destaca, o desenvolvimento econômico inicia-se a partir de inovações, da introdução de novos recursos ou pela combinação de recursos já existentes.

O presente estudo de caso de compras coletivas envolvendo 5 cooperativas do Rio Grande do Sul, visa caracterizar e localizar as regiões de abrangência dos envolvidos, identificando os avanços obtidos e o desafio permanente em gerar ganhos para os cooperados e suas comunidades, contribuindo para a sustentabilidade do cooperativismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COOPERATIVISMO

"Sem conseguir comprar o básico para sobreviver nos mercadinhos da região, um grupo de 28 trabalhadores se uniram para montar seu próprio armazém. A proposta era simples, mas engenhosa: comprar alimentos em grande quantidade, para conseguir preços melhores. Tudo que fosse adquirido seria dividido igualmente entre o grupo. Nascia, então a Sociedade do Probos de Rochedale, primeira cooperativa moderna, que abriu as portas pautada por valores e princípios morais considerados base do cooperativismo atual." Destaca OCB (História do Cooperativismo).

O Cooperativismo como base sempre teve valores e princípios que norteiam sua conduta. Desde 1844 as ideias do cooperativismo vêm sendo ajustadas para acompanhar e solidificar o cooperativismo na atualidade. Em 1995, no XXXI Congresso da Associação Cooperativa Internacional (ACI), realizado na Inglaterra, ficou estabelecido os sete princípios cooperativos: 1-Adesão voluntária e livre; 2-Gestão democrática pelos associados; 3-Participação econômica dos associados; 4-Autonomia e independência; 5-Educação, formação e informação; 6- Intercooperação; 7- Compromisso com a comunidade. Estes princípios cooperativos são iguais para todas as cooperativas mundiais, independentemente do país sede.

O cooperativismo possui características particulares na forma de gestão e constituição, mas não está livre das mesmas pressões do mercado. A seguir quadro com diferenças entre cooperativas, associações e empresas mercantis.

Quadro 1 – Diferença do cooperativismo para demais entidades

Parâmetro de diferenciação	Cooperativas	Associações	Empresas mercantis
Finalidade	Com fins econômicos, mas sem objetivos de lucro	Sem fins lucrativos, com impossibilidade de exercer função comercial	Com finalidade lucrativa
Objetivo	Prestar serviços ao cooperado	Representar o interesse do associado	Lucrar
Direito a voto nas decisões	Cada pessoa tem direito a um voto	Cada pessoa tem direito a um voto	Quanto mais capital maior poder de voto
Constituição do capital social	É formada por quotas parte	Não possui	É formada por ações dos proprietários
Quantidade mínima de membros	Vinte cooperados	Dois associados	Um proprietário

Fonte: Adaptado do Fundamentos do Cooperativismo (2017, p. 18).

A cooperativa é uma organização de pessoas que se baseia em valores de ajuda mútua e responsabilidade, democracia, igualdade e solidariedade. Seus objetivos econômicos e sociais são comuns a todos. Os aspectos legais e doutrinários são distintos de outras sociedades. Seus associados acreditam nos valores éticos da honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação pelo seu semelhante (OCB, 2014, p1). O cooperativismo no mundo está inserido em 100 países, 1 bilhão de pessoas associadas, considerando as 300 maiores cooperativas fossem um país seria a 6ª economia mundial (SESCOOPRS, 2019).

Para facilitar a organização e representação o cooperativismo no Brasil estava dividido em 13 ramos; agropecuário, consumo, crédito, educação, especial, infraestrutura, habitacional, produção, mineral, trabalho, saúde e turismo e lazer. A partir de abril de 2019 para promover e fortalecer alguns segmentos do cooperativismo, agrupando-os por afinidades e necessidades o cooperativismo passa a ter 7 ramos. A partir desta reorganização as mudanças ficaram as seguintes:

- a) ramo Produção de Bens e Serviços, nova denominação do antigo ramo do trabalho, ainda reunindo, produção, mineral, parte do turismo e lazer e especial;
- b) ramo da Infraestrutura, composto com cooperativas que prestam serviço relacionados a infraestrutura, incorpora o ramo habitacional e as cooperativas de construção de imóveis para moradia;
- c) ramo do Consumo, é formado por cooperativas de compra de produtos e de serviços. Engloba também as que contratam serviços educacionais e consumos de serviços turísticos antes pertencentes ao ramo turismo e lazer;
- d) ramo do Transporte, preserva sua nomenclatura e ajusta seu conceito. Cooperativas formadas por motoristas de carga ou passageiros, que não possuam veículos próprios devem ser classificadas no ramo de produção de bens e serviços, enquanto as cooperativas de transporte turístico com veículos próprios antes no ramo do turismo e lazer deve se reclassificada para o ramo de transporte;
- e) ramo da Saúde, antes composta por profissionais ligados a área da saúde humana. O novo ramo da saúde engloba cooperativas de usuários que se reúnem para constituir um plano de saúde;
- f) ramo Agropecuário, não sofreu alterações;
- g) ramo de Crédito, também não sofreu alterações.

Com essa simplificação nada muda na rotina das cooperativas, o agrupamento por afinidades nos novos 7 ramos definidos, constrói um ambiente mais sólido para que se desenvolvam com mais sustentabilidade. As organizações estaduais tem um papel importante nesta transição, estima-se que aproximadamente mil cooperativas em todo Brasil necessitem de reclassificação (SESCOOPRS, 2019).

Atualmente, a Lei nº 5.764/71 no Brasil define a Política Nacional do Cooperativismo e institui o regime jurídico das sociedades cooperativas (BRASIL, Lei nº 5.764 de 16 de dezembro de 1971). No Brasil a estrutura cooperativista apresenta-se de forma piramidal onde todos os ramos estão agregados a partir de uma forma nacional, regional. Conforme pode ser observado na figura1, legislação cooperativista 1971 (OCB).

Figura 1 – Hierarquia do cooperativismo



Fonte: Adaptado pelo autor OCB (2019).

A partir das perspectivas apresentadas o cooperativismo neste estudo pode ser entendido como, um negócio que visa satisfazer as necessidades em comum dos seus membros, compartilhando os riscos e os resultados que o negócio apresenta.

2.2 A INTERCOOPERAÇÃO

Ante as dificuldades que o cooperativismo enfrenta no mercado, algumas características próprias do cooperativismo podiam ser melhores exploradas. A intercooperação além de ser um princípio do cooperativismo, pode ser mais utilizado como uma forma de competitividade e sustentabilidade no ambiente econômico. Segundo a Aliança Cooperativa Internacional ACI (2003) "as cooperativas servem de forma mais eficaz os seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais".

Sendo o sexto princípio do cooperativismo," a intercooperação potencializa a qualidade, produtividade e a economia de escala nos serviços. A melhor forma de servir com eficácia aos seus membros e dar mais força ao movimento cooperativista é trabalhar em conjunto".(Fundamentos do Cooperativismo, 2017,pg 33). A Conferência das Lideranças do Cooperativismo de Crédito (CLICC Rio 2020) enfatizou que, a intercooperação entre os sistemas cooperativos fortalece o segmento e abre novas perspectivas. E para além do ramo de crédito, a intercooperação entre todos os seus ramos é a chave para consolidação e crescimento de todo o cooperativismo e da economia social. Para Silva et al., (2010) que destaca em seu estudo 16 cooperativas que produzem vinho e buscou entender o modelo de negociação entre as cooperativas deste ramo. Foi concluído que o relacionamento entre as cooperativas não garante a intercooperação, pois os negociadores não estão dispostos a abrirem mão dos resultados, independente dos parceiros. Distante do esperado a intercooperação caminha de forma lenta. Hoje as empresas não cooperativas assimilam de forma mais rápida este conceito, efetivando-o em suas estratégias, do que as cooperativas (SCHNEIDER, 2003). Outro aspecto da intercooperação é lembrado por Marcelo José Braga (2010) ao afirmar que "a intercooperação pode acontecer simplesmente através de trocas de informação e experiências, ou ainda através da compra e ou venda em comum. Quanto ao aspecto geográfico a intercooperação pode se dar no âmbito local, regional, nacional e internacional".

Por mais que as redes de cooperação apresentem ganhos coletivos, o desafio e inovação cabe aos gestores das organizações, por em prática este tipo de relacionamento interorganizacional (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008). Como visão filosófica (Mário S.

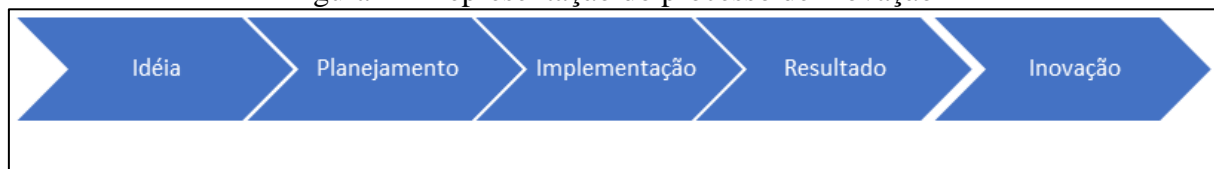
Cortella, Revista Saber Cooperar 2016) destaca, a cooperação é aquilo que nos dá muito mais potência de vida e, neste sentido, é algo que nos permite ser mais perenes. O fortalecimento do cooperativismo passa pelo caminho da intercooperação, tendência do cooperativismo contemporâneo e formação de redes cooperativas que tratam a intercooperação como estratégia para o futuro do negócio (GRANDE, 2015).

2.3 A INOVAÇÃO

A inovação é vista como um instrumento pelo qual as organizações exploram as mudanças como uma oportunidade para um negócio ou serviço (Drucker, 1986). As atividades de inovação não acontecem de forma isolada, dependendo da interação com seu ambiente, o sistema de inovação formado por instituições (leis, regras, hábitos,), processos políticos, infraestrutura pública de pesquisa (universidades e institutos de pesquisa), instituições financeiras, habilidades da força de trabalho e outras (Drucker, 1986).

A sobrevivência da empresa depende de sua capacidade de inovação, de forma a agregar valor aos seus produtos e processos (SEBRAE, 2015). A seguir fluxograma adaptado do caderno de inovação (SEBRAE, 2015).

Figura 2 – Representação do processo de inovação



Fonte: Sebrae (2015).

Roberto Rodrigues (Revista Saber Cooperar, 2016) destaca, as cooperativas não vendem a imagem do cooperativismo, vendem o produto sem o cooperativismo. Avalia como uma oportunidade de inovação no mercado perante os concorrentes. Segundo os dicionários Dicio e Aurélio, a inovação é a atitude de introduzir novidades, renovar. A inovação é a mola propulsora das organizações. Ela pode ser de produto, de processos ou de mercado. para sobreviver as empresas deverão inovar sempre (OSLO, 2015).

A aposta na inovação e no cooperativismo vai além de tendência e se torna essencial para ganhos na atividade agrícola declara Luís A. Nogueira (SESCOOPRS, 2019), ainda complementa, "que o fortalecimento de elos com cooperativas impede que o produtor fique isolado em sua atividade, tenha maior poder de barganha na hora de comprar insumos e vender a produção". A inovação, é uma forma inteligente, racional, criativa de combater a crise com ideias que brotam do ambiente de trabalho, no qual o funcionário é o mais credenciado a saber identificar os serviços, processos e produtos que diferenciam e levam a melhores resultados (SEBRAE, 2015).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Marconi e Lakatos (2008), todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos. De um modo geral, o método é um conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões. O método de pesquisa utilizado neste estudo é estudo de caso, Ele é indicado quando a questão de pesquisa visa entender os “comos” e /ou “porquês”, quando não se podem controlar as variáveis (YIN, 2001).

Quanto à classificação da pesquisa ela possui a sua natureza aplicada, com a

abordagem do problema quali-quantitativa. A abordagem quantitativa busca traduzir opiniões e informações em números para que se possa classificá-las e analisá-las. Já a abordagem qualitativa visa a descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados (MAANEN, 1979).

Quanto ao objetivo da pesquisa é descritiva, que, conforme Gil (1999) tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis. Esta pesquisa busca observar, registrar e analisar os fenômenos como exemplo: com que frequência acontecem, qual a estrutura que possuem, como funcionam, implicando na realização de observações sistemáticas e não participantes.

Quanto aos procedimentos técnicos utilizou-se neste o levantamento por meio de entrevista semi-estruturada (GIL, 1999). Segundo Yin (2001), a coleta de dados no estudo de caso possibilita a utilização de diferentes fontes, que se resumem a seis tipos distintos: documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos. A utilização de múltiplas fontes de dados se justifica porquanto possibilita confrontar as informações, o que confere maior confiabilidade ao trabalho. As entrevistas foram realizadas com o presidente da cooperativa por este ter a visão sistêmica da cooperativa e do processo utilizado pela mesma.

A amostra da pesquisa é não-probabilística, por acessibilidade, na qual, de acordo com Kotler (1998), o pesquisador seleciona os membros da população que dão informações com mais facilidade. Os dados coletados por meio das entrevistas foram agrupados. Para as respostas abertas utilizou-se a análise de conteúdo que, segundo Flick (2004), é um procedimento para analisar material textual, no qual se busca tipificar o conteúdo. Após o agrupamento dos dados foi realizada a análise descritiva.

Realizada observação e análise do modelo de compras coletivas de insumos para a viticultura envolvendo 5 cooperativas da região da Serra gaúcha, com o objetivo analisar e descrever o modelo de compras coletivas de insumos para os cooperados das cooperativas Nova Aliança, Garibaldi, São João, Pradense e Cairu. Para a análise de compras coletivas das cinco cooperativas citadas foram feitas visitas e contatos telefônicos com os engenheiros agrônomos responsáveis na Cooperativa Nova Aliança para recolher e repassar os dados e informações pertinentes as compras coletivas.

Após a coleta agruparam-se os dados em planilhas de excel para a análise descritiva e qualitativa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O Cooperativismo na serra gaúcha com base na agricultura familiar, tem grande relevância econômica e social. O projeto de compras coletivas teve início em 2015 com as Cooperativas Garibaldi, Nova Aliança e São João, anteriormente as compras de insumos agrícolas eram feitas de forma individual pelo associado, em lojas agropecuárias da serra gaúcha, com pequeno poder de negociação de preços, condições de pagamento e informações técnicas limitadas. Estes fatores expõem a questão da fragilidade da negociação de forma individual.

No quesito de compras coletivas, a Cooperativa Nova Aliança já possuía experiência anterior bem sucedida junto aos seus cooperados, onde os técnicos ligados a área agrícola nas reuniões de núcleo da Cooperativa Nova Aliança difundiam o conceito das compras coletivas bem como as vantagens de negociação bem como a compra de produtos com registro junto ao MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento). Faltava uma ação empreendedora de unir as três cooperativas citadas acima para aplicar o sexto princípio do cooperativismo, a Intercooperação. As equipes técnicas das três cooperativas

foram incumbidas de organizar, (ideia + planejamento + implementação + resultado = inovação) o projeto de compras coletivas, com a participação de aproximadamente 350 famílias de viticultores da agricultura familiar.

A partir de 2016 mais duas cooperativas aderiram ao projeto, a Cooperativa Cairu e a Cooperativa Pradense, totalizando cinco cooperativas, tendo a integração das suas equipes técnicas, atingindo 650 famílias de cooperados. O projeto forneceu apoio técnico agrônômico aos cooperados, bem como garantia de entrega e origem do insumos comprados

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 Objetivo geral do projeto de compras coletivas

Formar entre as cooperativas um grupo de compras coletivas de insumos agrícolas, sementes e para seus associados.

5.2 Justificativa do projeto de compras coletivas

As cooperativas buscam melhorar a segurança alimentar de seus produtos, diminuir os custos de produção para os cooperados e melhorar a qualidade da uva e seus derivados. As atividades envolvidas em compras coletivas de insumos entre as cooperativas promovem o desenvolvimento de cada participante.

5.3 Abrangência do projeto

No projeto de compras coletivas são abrangidos 14 cidades da serra gaúcha; 1- Antonio Prado, 2- Ipê, 3-São Marcos. 4- Caxias do Sul, 5- Flores da Cunha, 6- Nova Pádua, 7- Pinto Bandeira, 8- Nova Roma do Sul, 9- Farroupilha, 10- Garibaldi, 11- Carlos Barbosa, 12- Coronel Pilar, 13- São Monte Belo do Sul, 14- Bento Gonçalves, 1 da campanha; Santana do Livramento e 1 da serra do sudeste Encruzilhada do Sul. Em todas estas cidades as cooperativas possuem associados que participam no processo de compras coletivas, e recebem os insumos em suas propriedades.

5.4 Características das cooperativas envolvidas

Cooperativa Nova Aliança: surge com a fusão e incorporação de cinco cooperativas, São Victor e Aliança de Caxias do Sul, São Pedro e Santo Antonio de Flores da Cunha e a Linha Jacinto de Farroupilha, juntas uniram mais de 80 anos de vivência cooperativa. Hoje com sede em Flores da Cunha conta com aproximadamente 740 cooperados, possui 9 filiais distribuídas nos municípios de; Flores da Cunha, Caxias do Sul, Farroupilha e Santana do Livramento. Do ramo agropecuário e atua no segmento vitivinícola, participa do processo de compras como compradora.

Cooperativa Garibaldi: fundada em 1931 no município de Garibaldi, conta com um quadro de 470 cooperados. Do ramo Agropecuário atua no mercado vitivinícola, está como compradora.

Cooperativa São João: fundada em 1931 no município de Farroupilha, conta um quadro social de 472 cooperados. Atua no segmento vitivinícola. Compradora

Cooperativa Agroindustrial Pradense: fundada em 1974 no município de Antonio Prado, conta com um quadro de 1400 cooperados. Do ramo agropecuário, possui multi atividades nos segmentos vitivinícola, leiteiro, fruticultura, rações e sementes e loja de insumos agropecuários. Está no processo de compras coletivas como compradora e

fornecedora dos insumos.

Cooperativa Agrícola Cairu: tem início em 1942 no município de Garibaldi, hoje conta com mais de 1000 cooperados. Do ramo Agropecuário, suas atividades estão no comércio de produtos agropecuários, supermercado e farmácia. Participa como fornecedora dos insumos.

O processo de intercooperação das 5 cooperativas que em seu quadro possui aproximadamente 4000 associados, envolvendo diretamente 650 famílias participantes das compras coletivas que traz um resultado positivo aos participantes.

Anualmente estas cooperativas organizam um programa de compras conjuntas de insumos para produção de uvas convencional e orgânicas de seus respectivos associados. Dentre os produtos adquiridos destacam-se fertilizantes, fungicidas, herbicidas, inseticidas e pequenos equipamentos utilizados na viticultura. Este programa que vem crescendo desde 2016 tem como objetivos: garantir a segurança dos alimentos, sendo que são adquiridos insumos com maior eficiência de controle e menos riscos de resíduos, reduzir os custos de produção, melhorar a qualidade das uvas produzidas desde que sejam seguidas as orientações dos técnicos das cooperativas envolvidas nas compras coletivas.

Figura 3 – Representação das compras coletivas



Fonte : Adaptado pelo autor (2019).

Dentre os associados das cooperativas envolvidas nas compras coletivas, predominam agricultores familiares com média de 3 hectares de vinhedos. Sozinhos dificilmente conseguiriam obter condições de preço e negociação do que a soma do grupo todo. Além das vantagens já citadas a aproximação das equipes das diferentes cooperativas melhora e motiva para expandir para novos associados aderirem ao processo de compra coletivas solidificando a intercooperação.

Todas as cooperativas envolvidas, mesmo já realizando em conjunto outras atividades, acreditam que é possível desenvolver um modelo de compras coletivas concretizando a intercooperação. A necessidade de atingir objetivos comuns unificou o grupo, que teve o apoio institucional Federação das Cooperativas Vinícolas do Rio Grande do Sul (FECOVINHO), através de seu escritório, para reuniões entre as equipes das cooperativas participantes.

5.5 Planejamento do projeto

As ações de inovação sendo marcadas pela criatividade, não dispensam um planejamento bem fundamentado, que ficou a cargo dos técnicos das cooperativas envolvidas. A equipe técnica contou com a participação de 1 coordenador e 6 membros representantes das cooperativas. Segundo técnico, responsável na Nova Aliança, as principais etapas do planejamento foram as seguintes, descritas no Quadro 2.

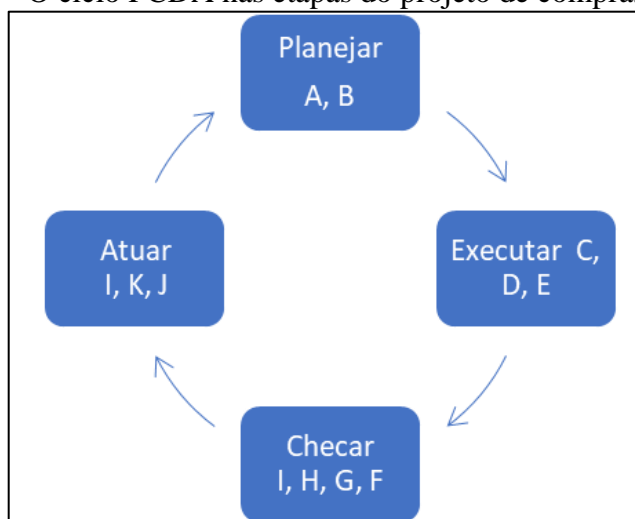
Quadro 2 – Etapas do planejamento das compras coletivas

Ação	Período
a) Revisão técnica entre as cooperativas sobre os insumos presentes nas listas	Março
b) Montagem e formatação da lista de pedidos	Março
c) Distribuição das lista de pedidos	Março
d) Apoio técnico para auxiliar o pedido de compra, através de contato ou, visitas técnicas e plantões nas cooperativas	Março / Abril
e) Recolhimento das listas dentro do prazo apresentado	Abril
f) Tabelar todos os pedidos	Maió / junho
g) Convite para os fornecedores abordando especificações gerais	Maió / Junho
h) Reuniões com fornecedores e recebimento das cotações	Junho / julho
i) Fechamento das compras	Junho / julho
j) Entrega dos produtos diretamente nas propriedades dos associados	Julho / Agosto
k) Apoio técnico ao associado após compra coletiva	Julho / Agosto
l) Divulgação dos resultados referente às compras coletivas para publicação interna de cada cooperativa participante	Agosto / Setembro

Fonte: Adaptado pelo autor (2019).

Pode se observar uma estratégia de gestão definida e combinada com a utilização da ferramenta de gestão do ciclo PDCA. A seguir a figura 4 representando o ciclo de compras coletivas nas diferentes etapas do ciclo PDCA.

Figura 4 – O ciclo PCDA nas etapas do projeto de compras coletivas

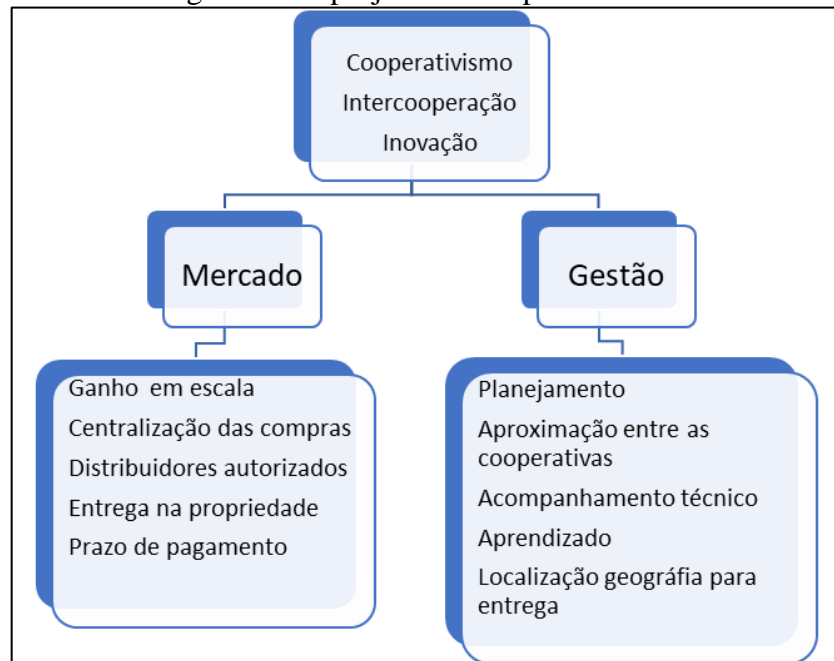


Fonte: Adaptado pelo autor (2019).

Além de garantir as cooperativas vinícolas participantes do projeto uma melhor segurança nos derivados da uva produzidos, garantiu aos associados a aquisição de insumos agrícolas de distribuidores autorizados garantido a qualidade e origem do insumo, acompanhamento técnico para a escolha dos produtos indicados e registrados para a cultura da uva, melhores condições de compras em preços e prazo de pagamento no projeto de compras

coletivas. Outro fator é a divisão das compras dos insumos, que é feita pela proximidade do associados das cooperativas compradoras (Nova Aliança, Garibaldi, São João e Pradense) com os vendedores (cooperativa Cairu e Pradense), sendo assim a área de atuação de cada cooperativa vendedora fica restrita pela distância, facilitando a logística de entrega dos insumos vendidos.

Figura 5 – O projeto de compras coletivas



Fonte: Adaptado pelo autor (2019).

O associado que participa das compras coletivas, recebe dos técnicos responsáveis uma lista atualizada com os insumos registrados e permitidos para serem usados na viticultura. A escolha deste insumo prevê um produto de qualidade e origem, eliminando a possibilidade de adquirir produtos falsificados ou de origem duvidosa.

REFERÊNCIAS

BALESTRIN, A. VERSCHOORE, J. Redes de cooperação empresarial: estratégia de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman. 2008.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Política Nacional de Cooperativismo. Brasília, 1971. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5764.htm>. Acesso em: 20 jan. 20019.

DRUCKER, P. F. inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

FLICK, U. Uma introdução à pesquisa qualitativa. Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Fundamentos do cooperativismo / Organizadores Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo e Organização das Cooperativas Brasileiras, coordenadora Giulianna Fardini, DF: Sistema OCB, 2017 (séria cooperativismo).

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRANDE, E. D. Intercooperação: gerando valor para as cooperativas. Disponível em: <http://app2.unimedseguros.com.br/encontros_cooperativos/artigo.asp?id=4>. Acesso em 05 de maio de 2019.

<http://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/alianca-cooperativa-internacional/>. Acesso em: 8 jun.2019

<https://cooperativismodecredito.coop.br/2019/04/ocb-moderniza-ramos-do-cooperativismo/>

<https://www.dicio.com.br/inovacao/> Acesso em : 8 de junho 2019

<https://dicionariodoaurelio.com/innovar/> Acesso em : 8 de junho 2019

<http://www.goiascooperativo.coop.br/arquivos/downloads/revista-14-pdf-medio-pdf-419181614.pdf/>. Acesso em : 8 de maio 2019

<https://www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo/>. Acesso em 5 de abril 2019.

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/cadernos-de-inovacao-em-pequenos-negocios,d2212a1b5635a410VgnVCM2000003c74010aRCRD.> / Acesso em : 15 de maio 2019

<http://www.sescooprs.coop.br/noticias/2019/04/02/ocb-moderniza-ramos-do-cooperativismo/>

https://www.somoscooperativismo.coop.br/assets/arquivos/MapaEstrategico/final_mapa_estrategico_sistema_2109.pdf/. Acesso em : 19 de maio 2019

<http://www.sescooprs.coop.br/noticias/2019/06/04/cooperativismo-e-inovacao-sao-essenciais-para-driblar-incertezas-economicas-no-campo/>. Acesso em : 6 de abril de 2019

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAGO, A.; SILVA, T. N. Condicionantes do desenvolvimento de relacionamentos intercooperativos no cooperativismo agropecuário. Organizações Rurais & Agroindustriais, 2012.

MARASCHIN, A. F. As relações entre produtores de leite e cooperativas: um estudo de caso na bacia leiteira de Santa Rosa-RS, 2004. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural). UFRGS, Porto Aegre, 2004.

MAANEN, J. V. Reclaiming qualitative methods for organizational resarch: a preface, In administrattive Science Quarterly, vol 4, 1979.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2008.

SCHNEIDER, J. O. Democracia, participação e autonomia cooperativa 2. ed. São Leopoldo: UNISINOS, 1999, 496 p.

Schumpeter, J. A. (1984). Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2015). Gestão da inovação: inovar para competir.

Brasília.Revista<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ead/gestao-da-inovacao-inovar-para-competir,3c544bbfa8c98510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 23 de maio de 2019.

SILVA, T. N. A participação de cooperados na gestão de cooperativas de produção: uma análise da separação entre propriedade e controle. Perspectiva Econômica, São Leopoldo (RS), UNISINOS, v.29, n.86, jul./set. 1994.

YIN, R. K. Estudo de caso – planejamento e métodos. (2Ed.). Porto Alegre: Bookman. 2001.