

CONIC·SEMESP

13º Congresso Nacional de Iniciação Científica

Anais do Conic-Semesp. Volume 1, 2013 - Faculdade Anhanguera de Campinas - Unidade 3. ISSN 2357-8904

TÍTULO: O COOPERATIVISMO E SUA VIABILIDADE PERANTE O PREÇO VAREJISTA LOCAL, A IMPORTÂNCIA DA EMPRESA COOPERSAL PARA OS AGRICULTORES DE GENERAL SALGADO-SP

CATEGORIA: CONCLUÍDO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

SUBÁREA: ADMINISTRAÇÃO

INSTITUIÇÃO: FACULDADE DE AURIFLAMA

AUTOR(ES): ANDERSON ALEX DE OLIVEIRA, JOÃO MORAES FAGA NETO, RODRIGO CESAR PEREIRA MARTINS

ORIENTADOR(ES): JOÃO ANGELO SEGANTIN, KEINA POLIANA PIVARRO DALMOLIN PAGLIARIN

Realização:



Apoio:



O COOPERATIVISMO E SUA VIABILIDADE PERANTE O PREÇO VAREJISTA LOCAL, A IMPORTÂNCIA DA EMPRESA COOPERSAL PARA OS AGRICULTORES DE GENERAL SALGADO-SP

1. RESUMO

Trata-se de um estudo de campo quantitativo de natureza descritiva, que tem como objetivo Identificar a viabilidade da cooperativa em relação ao comércio varejista local, com a finalidade de demonstrar a todos os agricultores de pequeno, médio e grande porte a vantagem do cooperativismo para o desenvolvimento do agronegócio por meio de estudo das empresas: Cooperativa Coopersal, empresas X, Y e Z situadas na cidade de General Salgado-SP, no período de 18 a 25 de junho de 2013. O artigo observou as vantagens nos preços oferecidos pela cooperativa em comparação ao comércio varejista local, citando a cooperativa como uma empresa rentável ao agronegócio local.

2. INTRODUÇÃO

O tema estudado pretende demonstrar por meio de análise de preços de mercado, a viabilidade de uma cooperativa, tendo por base a cooperativa agrícola: Cooperativa de Consumo Agropecuária de General Salgado, com o nome fantasia de “Coopersal” e o comércio varejista local, que serão denominados empresas X, Y e Z representadas neste artigo por meio de nomes fictícios. Empresas localizadas a 548 km da capital São Paulo, situadas na cidade de General Salgado.

O presente artigo tem como finalidade demonstrar a todos os agricultores de pequeno, médio e grande porte de General Salgado-SP, a viabilidade do cooperativismo e o quanto este é viável para o desenvolvimento do agronegócio.

A pesquisa será de suma importância para demonstrar que a Coopersal deve fazer parte do agronegócio local.

3. OBJETIVOS

Identificar a viabilidade da cooperativa em relação ao comércio varejista local.

- Realizar uma pesquisa de mercado para demonstrar através da análise de preço a importância de uma cooperativa;
- Identificar seus benefícios ao agricultor;
- Esclarecer a viabilidade mercadológica e econômica de uma cooperativa.

4. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de campo quantitativo de natureza descritiva (GIL, 2002). Foi realizada uma análise de preços de mercado no período de 18 á 25 de junho de 2013, para elaboração de dados que possam comprovar a viabilidade de uma cooperativa, tendo por base a Cooperal e o comércio varejista local.

Serão realizados dois tipos de pesquisas quantitativas, uma em duas empresas que o foco são os pequenos e médios agricultores e outra para uma empresa que visa somente médios e grandes agricultores, realizar-se-á uma cotação de preços e estes serão comparados ao da cooperativa e assim analisaremos a viabilidade das empresas pesquisadas.

O primeiro passo será analisar preços atuais de quatro produtos que as duas empresas varejistas locais fornecem, e comparar aos preços da cooperativa tendo assim um resultado.

A segunda pesquisa será realizada junto a empresa fornecedora que visa médios e grandes agricultores, a pesquisa irá mostrar o preço da venda de produtos como milho e soja no período anual de julho de 2012 a junho de 2013.

Após observar os resultados demonstraremos através de gráficos para melhor entendimento da pesquisa, informações sobre as porcentagens que todos os produtos têm sobre os preços das empresas estudadas.

5. DESENVOLVIMENTO

A Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) juntamente com Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP) descreve que o “Cooperativismo é um movimento, filosofia de vida e modelo socioeconômico capaz de unir Desenvolvimento econômico e bem-estar social” (OCB-SESCOOP, 2013).

O movimento cooperativista teve inicio na cidade de Manchester (Inglaterra) no bairro de Rochdale no dia 21 de dezembro de 1844, onde um grupo de 28 pessoas, em sua maioria tecelões fundou a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale, visando os cooperados e não o lucro (OCB-SESCOOP, 2013).

Com a criação da cooperativa de Rochdale o modelo cooperativista influenciou na criação de vários modelos de atividades econômicas, tendo por base os princípios cooperativistas de Rochdale (BRASIL, 2012).

No Brasil o movimento cooperativista iniciou-se em 1889, na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Segundo a OCB-SESCOOP essa é a primeira cooperativa que se tem registros no Brasil (OCB-SESCOOP, 2013).

Pela própria dificuldade de enfrentar o crescente nível de competitividade entre empresas, as pessoas procuram agrupar-se, já que assim suas atividades podem ser mais bem desenvolvidas e operacionalizadas, na busca de resultados comuns e compartilhados. (OLIVEIRA, 2006, p.7-8).

Com o intuito de se fortalecer, as pessoas começaram a se juntar em grupos criando Cooperativas, pois assim seus preços teriam possibilidade de concorrer com as grandes empresas, obtendo resultados favoráveis.

O cooperativismo é baseado em sete princípios, que orientam o funcionamento das cooperativas, e com o passar do tempo foram revisados e adaptados com as atuais necessidades das sociedades. Esses princípios básicos que fundamentam o cooperativismo serão expressados no quadro 1.

Quadro 1 – Os Sete Princípios do Cooperativismo

Adesão livre	Uma cooperativa é organização aberta, onde qualquer pessoa com interesses iguais aos demais, pode se unir, porém antes de filiar deve-se conhecer o estatuto social da cooperativa, e decidir se poderão ser cumpridas as normas estabelecidas pelo estatuto.
Gestão democrática	Os cooperados reunidos em assembleia geral dos sócios discutem as decisões a serem tomados por se tratar de uma democracia aberta, todos os associados têm votos iguais cada pessoa um voto, sem considerar a importância investida por cada associado.
Participação econômica dos sócios	Todos os cooperados contribuem com a mesma quantidade para a formação do capital social da cooperativa, e administram democraticamente. Os valores de quotas partes (aquisição de ações da empresa) são iguais para cada cooperado, e valores conforme estipulado pela cooperativa. O lucro ou prejuízo obtido durante o período será repassado ao cooperado em forma de dividendos de lucros ou rateio dos prejuízos, no caso de lucro, poderá ser revertido em investimento junto à cooperativa, onde deverá ser decidido em assembleia geral dos sócios.
Autonomia e independência	As cooperativas são empreendimentos controlados pelos seus associados que são os donos do negócio, onde todos os membros devem estar cientes de tudo que acontece na cooperativa.
Educação, formação e informação	A cooperativa tem por base investir na capacitação de seu cooperado e na educação, para a prática do cooperativismo, explicando a todos as vantagens da cooperação.
Intercooperação	É um trabalho conjunto entre todas as cooperativas, trocando informações, produtos e serviços, para o fortalecimento e crescimento do setor cooperativista.
Interesse pela comunidade	A cooperativa trabalha para favorecer seu associado e a comunidade a qual ela esta inserida.

Fonte: Adaptado de (BRASIL, 2012).

Para CRÚZIO (2005) cooperativas são grupos de pessoas, com modelo e natureza jurídicas próprias, de natureza civil, não sujeita a falência, formadas para prestar serviços aos associados. Em outras palavras a cooperativa é a união de indivíduos com interesses iguais, que por livre iniciativa vem a produzir, comercializar ou prestar algum serviço desde que, não altere os objetivos gerais da cooperativa.

Atualmente estes sete princípios são a base para todos os seguimentos cooperativistas, tendo em vista as diversas necessidades de seus cooperados, ao longo do tempo foram surgindo tipos variados de seguimentos de cooperativas e hoje no Brasil existem treze ramos cooperativistas.

Quadro 2 – Os Treze Ramos do Cooperativismo no Brasil.

Agropecuário, Trabalho, Crédito, Saúde, Transporte, Habitacional, Educacional, Consumo, Infra-Estrutura, Produção, Mineral, Turismo e Lazer e Especiais

Fonte: BRASIL, 2012.

Iremos delinear a pesquisa na área da agropecuária, ramo do cooperativismo que visa aperfeiçoar seu processo de produção para conseguir melhores preços para seus cooperados (BRASIL, 2012).

Por meio da pesquisa de campo foram analisados preços de mercado para elaboração de dados que possam comprovar a viabilidade de uma cooperativa para agricultores de pequeno a grande porte, pesquisa realizada em quatro empresas que serão denominadas como Empresa X, Empresa Y, Empresa Z e Cooperal.

Após a coleta de dados foram analisados os preços de produtos agrícolas oferecidos, são eles: o milho, farelo de soja, sal branco e uréia e foram comparados com os preços da empresa Cooperal.

A empresa Cooperal atua no ramo agropecuário do cooperativismo e procura atender aos três ramos de agricultores: os pequenos, os médios e os grandes, por isso será a base para as pesquisas, os preços das demais empresas serão comparados ao da Cooperativa.

Na empresa X, os dados coletados foram do período de julho/2012 a junho/2013, foram analisados apenas milho e soja, pois ela não fornece uréia e sal branco por ser revendedora de insumos para agricultores de médio e grande porte.

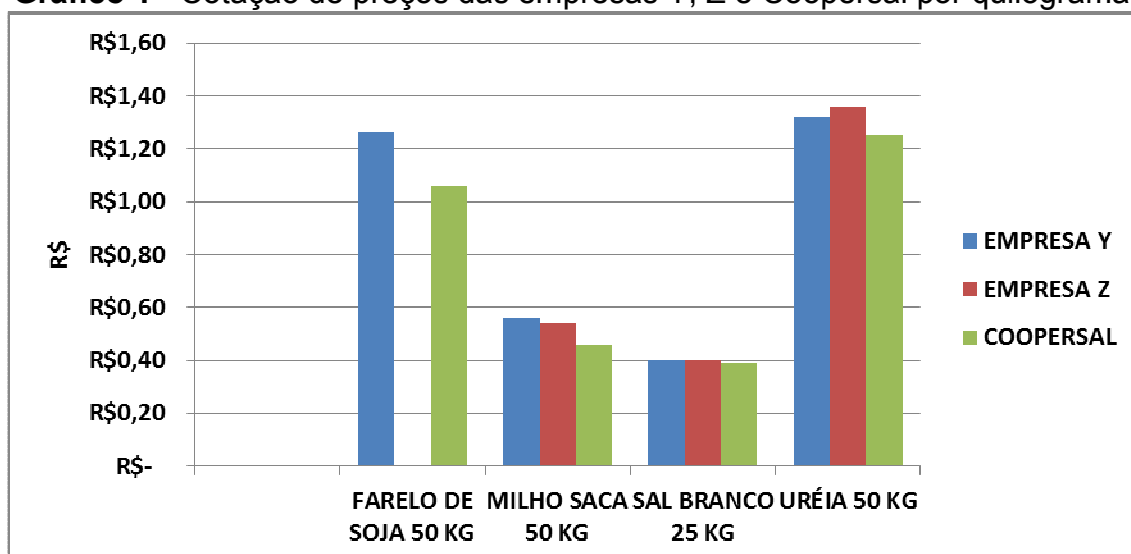
A empresa Y por se tratar de uma empresa varejista local atinge todos os tipos de agricultores, porém seu foco são os pequenos e médios agricultores. Os dados coletados foram os preços somente no mês de junho/2013, pois a empresa não fornece os preços em períodos anuais.

Na empresa Z também foram coletados preços dos produtos oferecidos no mês de junho/2013 com exceção de farelo de soja, pois não trabalha com este produto. O foco da empresa são os pequenos e médios agricultores e não fornece preços anuais.

6. RESULTADOS

Após análise dos dados coletados das empresas Y, Z e Cooperal foram observados que os preços dos produtos da cooperativa são relativamente mais baratos comparados com o do comércio varejista local.

Gráfico 1 - Cotação de preços das empresas Y, Z e Cooperal por quilograma.



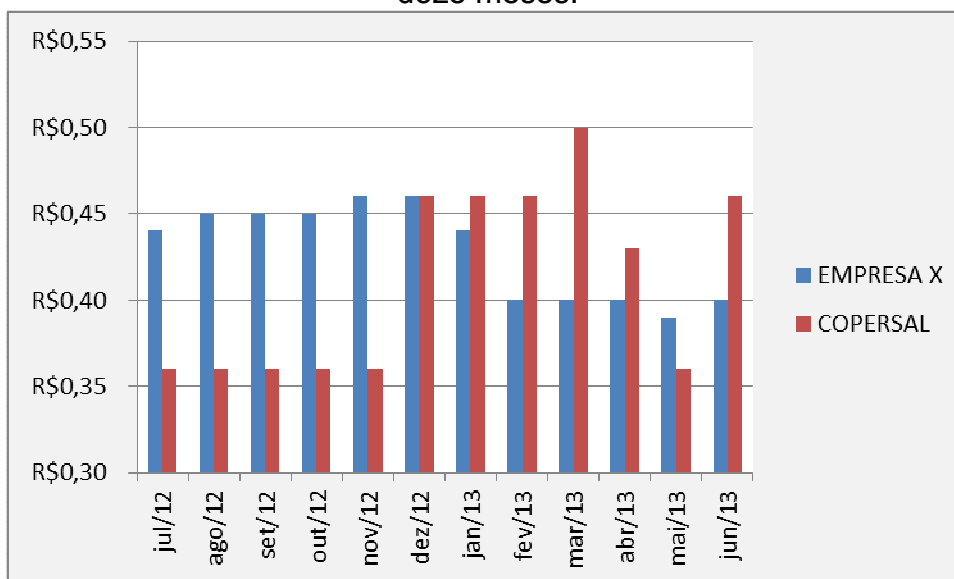
Fonte: O Cooperativismo e sua Viabilidade Perante o Preço Varejista Local, A Importância da Empresa Cooperal para os Agricultores de General Salgado-SP, 2013.

Na empresa Y o farelo de soja é 18,87% mais caro comparado com a empresa Cooperal, não foi comparado com a empresa Z, pois ela não trabalha com farelo de soja. Analisando os preços oferecidos pela cooperativa, conclui-se que o milho na empresa Y é 21,74% mais caro, o mesmo ocorre em relação a empresa Z que o produto está com o preço acima em 17,39%. O sal branco nas empresas Y e

Z possuem o mesmo valor, porém na cooperativa é 2,26% mais barato. Comparando os preços com a cooperativa, a uréia na empresa Y está 5,60% acima, e isso ocorre também com a empresa Z com um valor de 8,80% maior em relação ao da cooperativa.

Os dados relativos da empresa X foram coletados de forma anual por se tratar de uma empresa que fornece para médios e grandes agricultores, seu poder de compra é maior que o comércio varejista local, pois suas compras são feitas em maiores quantidades comparado com as outras empresas, oferecendo assim melhores preços aos consumidores.

Gráfico 2: Cotação do preço de milho da empresa X e Coopersal no período de doze meses.



Fonte: O Cooperativismo e sua Viabilidade Perante o Preço Varejista Local, A Importância da Empresa Coopersal para os Agricultores de General Salgado-SP, 2013.

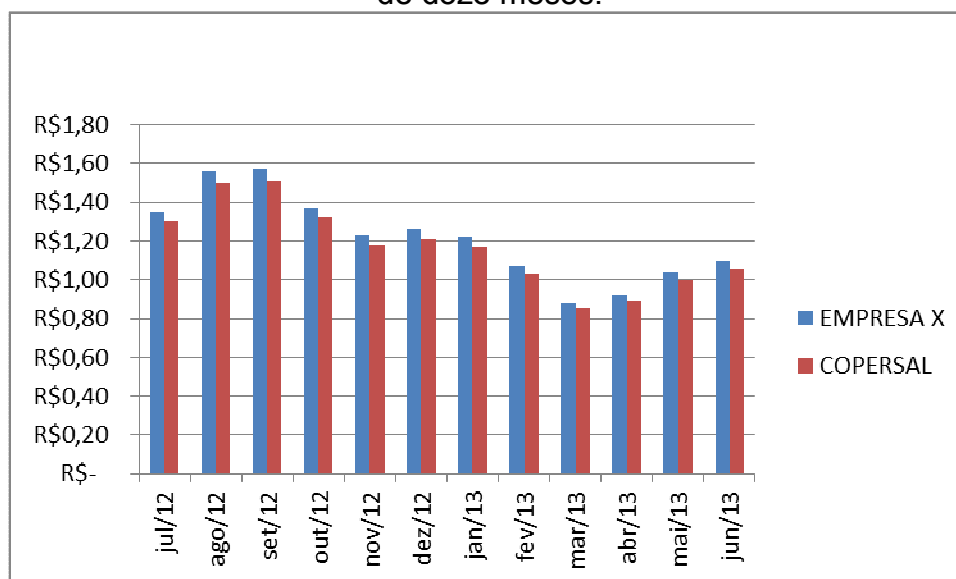
Analisando o gráfico no período de julho a novembro/2012, nota-se que os preços dos produtos da cooperativa mantiveram-se estáveis, porém o mesmo não ocorreu com a empresa X que em julho/2012 teve o preço 22,22% acima aos da cooperativa. De agosto a outubro/2012 a empresa X manteve-se com acréscimo de 25% em relação a Coopersal, em novembro a empresa X continua em alta e esteve com os preços 27,78% mais caro em relação a Coopersal, já em dezembro do mesmo ano os valores ficaram estagnados.

De janeiro a fevereiro/2013 os preços da empresa X oscilaram, pois em janeiro o índice foi de 4,35% e fevereiro de 13,04% abaixo aos da cooperativa.

Entre o período de março a abril/2013, os preços da Cooperal subiram, em março teve 20% e abril 6,98%, esses índices foram acima aos da empresa X, já em maio os preços da empresa X fecharam acima aos da cooperativa em 8,33%, em junho/2013 a Cooperal fechou com os preços acima da empresa X em 13,04%.

Em média os doze meses a Cooperal mostrou ser mais acessível (4,88%) comparada com a empresa X, isto ocorre devido a compra em maior quantidade no período em que os preços estão em baixa devido a maior oferta. Já a empresa X faz compras mensais, por esse motivo seu preço sofre variação.

Gráfico 3: Cotação do preço do farelo de soja da empresa X e Cooperal no período de doze meses.



Fonte: O Cooperativismo e sua Viabilidade Perante o Preço Varejista Local, A Importância da Empresa Cooperal para os Agricultores de General Salgado-SP, 2013.

No período de Julho/2012 a Junho/2013 o farelo de soja manteve-se com maior preço na empresa X, onde a maior variação ocorreu em Janeiro/2013 (4,27%) possivelmente pela falta do produto no mercado. A menor variação ocorreu em Abril/2013 (3,37%), provavelmente pela grande oferta do produto neste período. A média dos doze meses foi de 3,42% mais caro na empresa X que o farelo de soja da empresa Cooperal.

Depois de análise dos gráficos, concluímos que existe uma vantagem da Cooperal em relação a empresa X, pois a empresa X tem períodos de preços bons, porém não conseguem mantê-los por muito tempo, tendo assim uma desvantagem em relação a cooperativa.

Após análise e verificação, percebe-se que a Cooperal no período de um ano apresenta uma média positiva em relação à empresa X, sendo assim mais rentável ao agricultor local.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância da Cooperativa para o agronegócio é que seus produtos têm preços acessíveis, assim o agricultor tem muito a ganhar, pois suas maiores dificuldades é conseguir produtos de qualidade e preços bons.

Com a cooperativa, este produtor terá os produtos que necessita, pois encontra a disposição na empresa em qualquer época do ano, ganhando nos preços, atingindo mais lucratividade em sua produção.

Foi possível observar que a cooperativa Cooperal é viável para os agricultores de General Salgado-SP. Para pequenos/médios agricultores a viabilidade ficou evidente. Para os médios/grandes agricultores sua viabilidade é em períodos longos devido à variação de preços e demanda de produtos.

A estratégia da empresa permanece aceitável aos padrões do cooperativismo sempre buscando melhores preços e qualidade em seus produtos facilitando assim sua permanência no mercado varejista local.

8. FONTES CONSULTADAS

BRASIL. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **Cooperativismo**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 2012. 48 p.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Como Organizar e Administrar uma Cooperativa**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. 155 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

OCB-SESCOOP, **Forma Ideal de Organização**. Disponível em: <http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/index.asp>. Acesso em 09 de Julho de 2013.

OCB-SESCOOP, **Nascimento de uma Grande Idéia**. Disponível em: <http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/historia.asp>. Acesso em 09 de Julho de 2013.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de Gestão das Cooperativas**. Uma Abordagem Prática. 3. Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2006. 288 p.