

ROBERTO MARTINS DA SILVEIRA

**UMA PROPOSTA DE MODELO DE COOPERATIVA PARA
EXPORTAÇÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA:
o caso da indústria do vestuário da
microrregião de Florianópolis**

Florianópolis

2003

ROBERTO MARTINS DA SILVEIRA

**UMA PROPOSTA DE MODELO DE COOPERATIVA PARA
EXPORTAÇÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA:
o caso da indústria do vestuário da
microrregião de Florianópolis**

**Dissertação submetida ao Programa de Pós-
Graduação em Engenharia de Produção na área
de concentração em gestão de negócio da
Universidade Federal de Santa Catarina para
obtenção do Grau de Mestre em Engenharia.
Orientador: Dr. Miguel Fiod Neto**

Florianópolis

2003

ROBERTO MARTINS DA SILVEIRA

**UM MODELO DE COOPERATIVA PARA EXPORTAÇÃO
DE MICRO E PEQUENA EMPRESA:
o caso da indústria do vestuário da microrregião de Florianópolis**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre em Engenharia, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

Prof. Edson Pacheco Paladini, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Miguel Fiod Neto, Dr.
Orientador

Prof. Vladilen dos Santos Villar, Dr..

Prof^ª. Rosilene Marcon, Dr^a.

Prof. João Ernesto Escosteguy Castro, M.Sc

À minha esposa Cleuza e aos meus filhos Roberto,
Roberta e Celso:

*“Perdoem a cara amarrada
Perdoem a falta de abraço
Perdoem a falta de espaço
os dias eram assim
Perdoem por tantos perigos
Perdoem a falta de abrigo
Perdoem a falta de amigos
Os dias eram assim
...façam a festa por mim”*

Ivan Lins/Vítor Martins

AGRADECIMENTOS

Quando o menor apoio nos parecer distante e os objetivos inatingíveis, com fé rogamos pela única força de que realmente precisamos: *DEUS*;

À minha querida mãe “Dircéa”, valorosa e incansável, dedico todo meu amor e minha gratidão por formar o homem que sou hoje;

E ao meu pai, que já não mais aqui se encontra, a lembrança afaga a saudade, o pensamento não permite olvidar (Celso Martins da Silveira, 1933 a 1980);

Aos meus irmãos, amigos de todas as horas;

À minha irmã Áurea, o teu apoio foi fundamental para mim;

À minha sobrinha Janaina, a tua participação foi fundamental;

Aos amigos Margarete e Edupélcio, por terem acreditado em mim;

Ao meu co-orientador, pela confiança depositada a mim;

Ao meu orientador, pela compreensão e dedicação;

Ao amigo Henrique pelo apoio dado, sem dúvida, fundamental e importante;

Ao amigo Prof Fábio, pelas horas dedicadas, colaborando na elaboração do trabalho.

RESUMO

Numa economia globalizada, que cria, a cada dia que passa, uma maior interdependência comercial entre as nações, se faz necessária a união das micro e pequenas empresas para competirem neste mercado igualmente globalizado. O objetivo deste trabalho é propor um modelo de cooperativa de exportação para micro e pequena empresa no âmbito do Estado de Santa Catarina. Fortalecer e perenizar as micro e pequenas indústrias, através do cooperativismo, contribuindo com o desenvolvimento sócio-econômico do Estado de Santa Catarina, uma vez serem elas as maiores geradoras de emprego, ocupação e renda. A cooperativa de exportação é o agrupamento de empresas com interesses comuns, reunidas em uma entidade estabelecida juridicamente. Essa entidade será constituída sem fins lucrativos, sendo que as empresas produtoras definem como vão trabalhar em conjunto, com o objetivo de melhorar a oferta exportável e de promover a exportação para obter ganho de competitividade, pois, sós, não chegariam lá, o caminho se tornaria longo e com altos custos. Numa determinada visão, o conceito de cooperativa seria a ação mútua das empresas em juntar forças para competir no mercado externo. Quanto aos aspectos relativos aos procedimentos metodológicos para a realização do estudo, serão utilizadas pesquisas exploratória, documental, bibliográfica e de campo. Procura-se mostrar aos micro e pequenos empresários a prática legal da realidade operacional no processo de exportação, e a descrição detalhada do conjunto de atividades e ações; otimizando esforços de promoção e comercialização de seus produtos no exterior e, por fim, conscientizá-los sobre a necessidade do espírito cooperativista para atuação no comércio exterior.

PALAVRAS-CHAVES: Cooperativa, Comércio Exterior e Micro e Pequena Empresa.

ABSTRACT

In a global economy, that creates everyday a greater commercial interdependence between the nations, is necessary to gather the micro and small enterprises to compete in this market equally global. The objective of this work is to propose an export co-operative model for micro and small enterprise throughout Santa Catarina State. To strengthen and perpetuate the micro and small industries through the co-operative enterprise that contributes with the social-economical development in Santa Catarina State since they are the biggest generator of employment, occupation and income. The export co-operative is the grouping of enterprises with common interests, gathered in a entity established judicially. This will be constituted as a non-profitable entity in which the producer enterprises define how they are going to work together with the objective to improve the export offering and to promote the export to obtain the competitive earning, because they would not just reach there, the way would become long and with a high cost. The co-operative concept view would be the enterprise mutual action to be strong to compete in the outside market. As the relative aspects to the methodological procedures for the study realization will be used explanatory, documentary, bibliographic and field researches. It is tried to show to micro and small entrepreneurs the legal practice of the export procedure operational reality and the detailed description of the activity and action sets; to optimize the promotion and commercialization strengths of their products abroad and, at last, to aware them about the co-operative spirit needs in the foreign trade actuation.

KEY-WORDS: CO-OPERATIVE, FOREIGN TRADE AND MICRO AND SMALL ENTERPRISE

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----------|
| Figura 01 – Modelo de Cooperativa de Exportação para Micro e Pequena Indústria | 34 |
| Figura 02 – Entidades Provedoras “GESTOR” | 35 |
| Figura 03 – De Gestor para Supervisor | 39 |
| Figura 04 – Ciclo Operacional da Cooperativa | 43 |
| Figura 05 – Mapeamento da Indústria do Vestuário da Microrregião de Florianópolis | 52 |
| Figura 06 – Mapeamento da Indústria do Vestuário em Florianópolis e São José ... | 53 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|-----------|
| Quadro 01 – Deveres e direitos de um cooperado | 21 |
|---|-----------|

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----------|
| Tabela 01 – Cooperativas em Santa Catarina de 1992 a 2001 | 20 |
| Tabela 02 – Constituição de empresa por tipo jurídico em Santa Catarina, em 2001 | 26 |
| Tabela 03 – Exportações segundo os países de destino em 2001 | 29 |
| Tabela 04 – Principais estados exportadores do Brasil em 2001 e 2000 | 29 |
| Tabela 05 – Número de indústria em geral e da indústria do vestuário com o número de empregados da microrregião de Florianópolis - 2000 | 51 |
| Tabela 06 – Produtos fabricados | 56 |
| Tabela 07 – Tipo de confecção | 57 |
| Tabela 08 - Tipo de usuário | 57 |
| Tabela 09 – Motivos da não exportação | 58 |
| Tabela 10 – Metodologia utilizada para conscientizar os funcionários da necessidade de melhoria na qualidade da produção | 59 |
| Tabela 11 – Itens dispostos pelos empresários em compartilhar com outras micro e pequenas indústrias do vestuário | 60 |

SÚMARIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 12 |
| 1.1 Problemática e Justificativa | 12 |
| 1.2 Objetivo | 13 |
| 1.2.1 Objetivo Geral | 13 |
| 1.2.2 Objetivo Específico | 13 |
| 1.3 Metodologia | 13 |
| 1.4 Desenvolvimento do Trabalho | 14 |
| 1.5 Limitação do Trabalho | 15 |
| 2 CONCEITUAÇÃO TEÓRICA | 17 |
| 2.1 Introdução | 17 |
| 2.2 O Cooperativismo | 17 |
| 2.2.1 Cooperativismo no Brasil | 19 |
| 2.2.2 Direitos e Deveres do Cooperado | 21 |
| 2.3 Micro e Pequena Empresa | 22 |
| 2.3.1 Conceito de Microempresa e Empresa de Pequena Porte | 22 |
| 2.3.2 Micro e Pequena Empresa no Mundo | 24 |
| 2.3.3 Micro e Pequena Indústria Catarinense | 25 |
| 2.4 Comércio Exterior | 26 |
| 2.4.1 Comércio Exterior do Brasil | 27 |
| 2.4.2 exportações Brasileiras Segundo os Países de Destino | 28 |
| 2.4.2.1 Santa Catarina no Comércio Exterior | 29 |
| 2.4.3 Fator Exportação | 30 |
| 3 MODELO DE COOPERATIVA DE EXPORTAÇÃO | 34 |
| 3.1 Introdução | 34 |
| 3.2 Gestor | 35 |
| 3.2.1 Identificação do Mercado | 36 |
| 3.2.1.1 Identificação da Indústria | 36 |
| 3.2.1.2 Mapeamento das Indústrias | 36 |
| 3.2.2 Proposição da Cooperativa | 37 |
| 3.2.2.1 Objetivo da Cooperativa | 37 |
| 3.2.2.2 Conscientização dos Empresários | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3 Supervisor | 39 |
| 3.3.1 Constituição da Cooperativa | 40 |
| 3.3.1.1 Procedimentos para a Constituição de uma Cooperativa | 40 |
| 3.4 Cooperativa de Micro e Pequena Indústria | 41 |
| 4 CONDIÇÕES PARA VALIDAÇÃO DO MODELO | 44 |
| 4.1 A Microrregião de Florianópolis tem Condições | 45 |
| 4.1.1 Introdução | 45 |
| 4.1.1.1 Organização Econômica Catarinense | 45 |
| 4.1.1.2 As Microrregiões | 48 |
| 4.1.1.3 Atividade Industrial da Microrregião de Florianópolis | 49 |
| 4.1.1.4 Estudo de Aplicação na Microrregião de Florianópolis | 51 |
| 4.1.1.4.1 Mapeamento das Indústrias | 52 |
| 4.2 Motivação para Adeção ao Modelo | 55 |
| 4.2.1 Introdução | 55 |
| 4.2.1.1 Perfil das Indústrias do Vestuário das Micro e Pequena Indústrias de Florianópolis e São José | 56 |
| 5 CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS | 62 |
| 5.1 Considerações Finais | 62 |
| 5.2 Sugestões para Futuros Trabalhos | 64 |
| REFERÊNCIAS | 65 |
| ANEXOS | 71 |
| ANEXOS A – Ramos do Cooperativismo Brasileiro | 72 |
| ANEXOS B – Princípios do Cooperativismo | 74 |
| ANEXOS C – Associação de Produtores | 75 |
| ANEXOS D – Entrevista com Empresário | 77 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problemática e Justificativa

Na projeção mundial e, inclusive, no Brasil estima-se que a economia é baseada em micro e pequenas empresas. No Brasil, as micro e pequenas empresas representam, atualmente, cerca de 98% do total de estabelecimentos industriais, 99% são estabelecimentos comerciais e 99% do setor de serviço. São elas responsáveis por 40% do Produto Interno Brasileiro - PIB e 60% da geração de emprego.

As micro e pequenas empresas podem melhorar o desempenho no comércio exterior, sendo que, atualmente, elas contribuem com 15% das vendas para o exterior, dos quais 50% são destinadas aos EUA, Argentina e Itália.

As indústrias de Santa Catarina exportaram em 2001 um total de US\$ 3,02 bilhões para 165 países, colocando o Estado como o quinto maior exportador do país. As micro e pequenas empresas contribuíram com 2,5% deste volume de exportação.

A cooperação das micro e pequenas empresas se faz necessária para manterem-se no mercado globalizado e com ganho de competitividade. Advém daí o interesse em estudar uma alternativa para solucionar o problema, resultando na proposta de um Modelo de Cooperativa de Exportação de Micro e Pequenas Empresas. Medidas como essas foram adotadas pelos japoneses para recuperar as pequenas e médias empresas daquele país, as quais serão descritas no Capítulo 2, deste estudo.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Propor um modelo de cooperativa de exportação para micro e pequena indústria do vestuário da Microrregião de Florianópolis.

1.2.2 Objetivos específicos

Contextualizar aos empresários a prática legal da realidade operacional no processo de exportação e a descrição detalhada do conjunto de atividades e ações; otimizar esforços de promoção e comercialização de seus produtos no exterior. E conscientizar os empresários sobre a necessidade do espírito cooperativista, tanto quanto do auxílio mútuo, necessário à visão de participação, envolvimento, responsabilidade e cooperação.

Mostrar a importância da criação e aplicação do modelo para otimizar as dificuldades encontradas na comercialização de seus produtos no exterior.

1.3 Metodologia

Os procedimentos metodológicos para a realização do estudo utilizam a pesquisa exploratória e conclusiva. Mattar (1996, p. 18) diz que:

A pesquisa exploratória visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso, é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno, por parte do pesquisador, são, geralmente, poucos ou inexistentes.

Já, quanto à pesquisa conclusiva, Mattar (1996, p. 23) diz que: “As pesquisas conclusivas são caracterizadas por possuírem objetivos bem definidos, procedimentos formais, serem bem estruturadas e dirigidas para a solução de problema ou avaliação de alternativas de curso de ação.”

Da pesquisa exploratória, apresentada por Mattar (1996), será utilizada, na realização deste trabalho, a pesquisa documental e bibliográfica. Junto aos empresários do setor da Indústria do Vestuário da Microrregião de Florianópolis, será utilizada a pesquisa de campo, com objetivo da avaliação da alternativa de curso de ação, utilizando-se questionários para tal fim.

1.4 Desenvolvimento do Trabalho

Nos capítulos iniciais serão abordados os conceitos básicos para dar sustentação à pesquisa e às características da proposta do trabalho. No Capítulo 2, serão explorados os conceitos de cooperativismo, revendo sua história bem como a sua evolução no Brasil; o conceito de micro e pequena empresa no País e no Estado de Santa Catarina, bem como a sua importância para o desenvolvimento da economia e sua projeção em nível nacional, estadual e municipal. Também será abordada a legislação pertinente à micro e pequena empresa, explorando o comércio exterior e a globalização da economia. Constitui-se um dos capítulos em que se dá ênfase, pois mostrará ao micro e pequeno empresário o mundo do comércio exterior.

No Capítulo 3, será abordado o modelo de cooperativa de exportação, com a definição dos objetivos, a identificação das indústrias, o mapeamento das indústrias, a conscientização dos empresários.

O Capítulo 4 tem por finalidade de aplicar condições necessárias para validação do modelo, no qual serão analisadas as micro e pequenas empresas industriais do vestuário da Microrregião de Florianópolis, abordando a organização econômica do Estado, a atividade industrial da Microrregião de Florianópolis, bem como o mapeamento de suas indústrias, abordando o perfil das indústrias do vestuário através da análise de dados, para avaliar a motivação dos empresário quanto ao modelo proposto.

Por fim, no Capítulo 5, serão tecidos comentários e sugestões para futuros trabalhos.

1.5 Limitação do Trabalho

O desencontro de informação entre os órgãos governamentais, principalmente as prefeituras, como a falta de dados atualizados sobre os setores da economia, quer do setor primário, do secundário ou do terciário, dificultou a obtenção dos dados sobre o número de indústrias em geral, bem como das Indústrias do Vestuário. Os dados apresentados neste trabalho, no que diz respeito às indústrias, foram retirados da base de dados Declaração Anual de Informações Sociais – RAIS de 2000, do Ministério do Trabalho, uma vez que os dados da RAIS de 2001 encontravam-se em processamento no referido Ministério.

A Secretaria da Fazenda Estadual ficou prejudicada em informar os dados, solicitados pelo autor, sobre as indústrias do Estado pela mudança de codificação do código de atividade econômica, estando em processo de unificação entre os demais órgãos governamentais, quer estaduais ou federais.

Outro fato que prejudicou a realização deste trabalho foi o de que muitas empresas estão registradas, porém não estão em atividade, isto é, os empresários fecharam as portas e não efetuaram legalmente a devida baixa de sua empresa.

Acabou por se apresentar, neste trabalho, um conteúdo teórico mais fortalecido que o aspecto prático, pela complexidade e dimensão da sua proposta. A posição geográfica dos municípios que compõem a Microrregião de Florianópolis foi, também, um fator complicador.

Chamou a atenção deste autor, merecendo registro, o nível de concentração das indústrias do vestuário nos Municípios de São José e Florianópolis na área continental, centralizados-se, assim, os estudos nesses municípios.

2 CONCEITUAÇÃO TEÓRICA

2.1 Introdução

Na interdependência comercial entre as nações se faz necessária a união das micro e pequenas empresas para competir neste mercado também globalizado. Conforme Maia (1995), um país precisa de exportações para pagar suas importações. Um incremento nas exportações significa reflexos na performance do crescimento da economia de uma nação. A diferença de um país desenvolvido e um subdesenvolvido é o grau de organização de sua sociedade.

Conforme Baumann (1998), quanto mais organizada, mais transparente é a sociedade, mais firme é a democracia e mais justo é o país. As empresas de exportação devem ser encaradas pelos governos como parceiras extraordinárias em defesa da estabilidade social e, portanto, da paz e da democracia.

Propor uma cooperativa de exportação para as micro e pequenas indústrias vem fortalecer e perenizar as micro e pequenas indústrias através do cooperativismo, contribuindo com o desenvolvimento sócio-econômico do Estado, uma vez elas serem as maiores geradoras de emprego, ocupação e renda.

2.2 O Cooperativismo

Na Inglaterra, na época da Revolução Industrial, existiam muitas fábricas cheias de operários carregados de problemas e necessidades, pois, enquanto as fábricas prosperavam, os operários viviam quase na miséria: muitas horas de trabalho, salário muito baixo, desemprego e fome. E, então, em meio a todos esses problemas, alguns operários resolveram

se reunir para procurar uma solução e sentiram que só através da cooperação poderiam sobreviver à crise. As cooperativas nasceram com a Revolução Industrial, na Europa, como resposta ao desemprego por ela criada. Para Flores (2002), essa foi a primeira semente a germinar, promovendo a difusão de diversas cooperativas pelo mundo todo.

A iniciativa deixou um conjunto de princípios que, praticamente, até hoje, fundamentam o movimento em todo o mundo: adesão livre e espontânea, gestão democrática, retorno *pro rata* das operações, juros limitados ao capital, vendas a dinheiro, desenvolvimento da educação em todos os níveis e neutralidade política, religiosa e racial.

Para Carneiro (1982, p. 17), “A educação é a preocupação de todas as coletividades, uma vez que a sobrevivência da vida social, sua continuidade, e estabilidade e progresso dependem dela”.

Na percepção desse autor é, conforme Flores (2002, p. 39), “necessário, para que haja maior participação na vida social, que exista uma preparação mental do homem não só para melhor aproveitar as suas possibilidades intelectuais, como também para melhor integração dentro dos atuais e futuros padrões de comportamento”.

A cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente gerida. Baseiam-se em valores de ajuda mútua e responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Na tradição dos seus fundadores, os membros das cooperativas acreditam nos valores éticos da honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação pelo seu semelhante.

Conforme afirmam Ricciardi et al (2000, p 52), “Em muitos países, as cooperativas se tornaram empresas eficientes, e o cooperativismo tem cumprido o seu papel social, que, constitucionalmente, é do governo”.

Até recentemente, as cooperativas eram utilizadas, com segurança, apenas nas modalidades de produção, crédito e consumo. Hoje, as cooperativas atuam com sucesso no campo da prestação de serviços, segmento de mercado que mais gera postos de trabalho e que se destaca na economia mundial a partir da década de 60.

2.2.1 O Cooperativismo no Brasil

O cooperativismo é divulgado no Brasil durante o século XIX, com a chegada dos imigrantes.

No Brasil, durante o século XIX, experimenta-se a eficácia das cooperativas, mesmo com excessiva interferência externa na economia brasileira, até praticamente a ascensão de Vargas ao poder. As cooperativas em ação, no Brasil, nasceram depois de 1964, quando os governos militares apostaram na sua eficácia para desenvolver a economia brasileira, principalmente a primária.

O Cooperativismo é hoje uma importante força econômica no país. São mais de 7 mil cooperativas divididas em doze ramos¹, com 5,2 milhões de cooperados, gerando 171 mil empregados diretos, com 6% na participação do PIB.

Ricciardi et al. (2000, p. 56) afirmam que: “O cooperativismo Brasileiro está em franco crescimento e tem recolocado desempregados no mercado de trabalho”.

As primeiras experiências cooperativistas no Estado de Santa Catarina ocorrem no meio rural (OCESC-2000). Além da tentativa de criação de uma colônia de produção e consumo no Município de São Francisco do Sul, em 1941.

A introdução do cooperativismo em outros ramos acontece nas décadas de 40 e 50, quando são criadas sociedades de consumo e crédito mútuo em Blumenau (1944 a 1951) e

¹ As cooperativas são divididas em doze ramos, agropecuária, consumo, crédito, educacional, habitacional, infraestrutura, mineral, produção, saúde, trabalho e turismo e lazer, detalhes no Anexo A.

de eletrificação rural em Forquilha/Criciúma e Salto Donner/Benedito Novo (1959). Nas décadas de 60 e 70, são fundadas cooperativas de diferentes ramos em um grande número de cidades catarinenses. Muitas dessas sociedades foram liquidadas no ano de 1964 por não atingirem os objetivos estabelecidos pela legislação do país, permanecendo somente aquelas que realmente possuíam condições de desenvolvimento e de prestação de serviços em benefício de seus cooperados. (Polônio, 1999)

O Sistema Cooperativo Catarinense é composto pelos seguintes ramos: agropecuária, consumo, crédito, educacional, especial, habitacional, infra-estrutura, mineral, produção, saúde e trabalho, totalizando 320 cooperativas em 2002, englobando 463.156 cooperados em Santa Catarina, responsáveis por 6% do PIB, conforme evolução de cooperativas de 1992 a 2002, apresentada na Tabela 01.

Tabela 1 – Número de Cooperativas em Santa Catarina de 1992 a 2002

| RAMOS | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Agropecuária | 47 | 43 | 48 | 48 | 49 | 49 | 50 | 46 | 53 | 59 | 60 |
| Consumo | 19 | 19 | 18 | 14 | 15 | 18 | 20 | 20 | 18 | 20 | 17 |
| Crédito | 22 | 29 | 34 | 39 | 43 | 50 | 55 | 57 | 61 | 61 | 64 |
| Educacional | 18 | 18 | 16 | 16 | 18 | 16 | 16 | 15 | 16 | 17 | 17 |
| Especial | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Habitacional | 18 | 16 | 12 | 2 | 3 | 5 | 6 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Infra-Estrutura | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 30 | 30 | 29 | 29 | 29 | 30 |
| Mineral | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Produção | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 | 10 | 12 | 125 | 13 | 14 | 13 |
| Saúde | 12 | 12 | 14 | 14 | 13 | 30 | 34 | 39 | 44 | 47 | 41 |
| Trabalho | 12 | 11 | 18 | 19 | 30 | 68 | 79 | 75 | 65 | 71 | 52 |
| TOTAL | 175 | 176 | 188 | 180 | 204 | 277 | 305 | 303 | 306 | 325 | 320 |

Fonte: Disponível: <<http://www.ocb.org.br>>. Acesso em: 23 jan. de 2003.

2.2.2 Direitos e Deveres do Cooperado

Todo cidadão tem a cumprir seus deveres e usufruir seus direitos. Ao se tornar um cooperado assume a condição de associado de uma cooperativa, quando ele é aceito pela sociedade com a qual se propôs cooperar, torna-se responsável pelo cumprimento dos seus direitos e deveres como cooperado.

Conforme Ricciardi (2000, p. 63), “Na cooperativa, o único privilégio que se reconhece é o direito (e o Dever) de ser igual a todos os demais associados”. Acaba, assim, sendo o fundamento maior do cooperativismo. No Quadro 01, serão descritos os direitos e deveres de cada um dos cooperados de uma cooperativa, de qualquer segmento.

Quadro 1 – Deveres e direitos de um cooperado

| DEVERES | DIREITOS |
|--|---|
| Participar das Assembléias | Votar e ser votado |
| Operar com a cooperativa | Participar das operações da cooperativa |
| Aumentar seu capital na cooperativa | Receber retorno proporcional às suas operações no final do exercício |
| Aceitar a decisão da maioria | Examinar livros e documentos |
| Votar nas eleições da cooperativa | Convocar Assembléia caso seja necessário (conforme legislação) |
| Cumprir seus compromissos com a cooperativa | Solicitar esclarecimentos ao Conselho de Administração |
| Denunciar falhas | Opinar e defender as suas idéias |
| Não comentar falhas da cooperativa fora dela | Propor medidas de interesse da cooperativa |
| Manter-se informado a respeito da cooperativa | Demitir-se da cooperativa e receber o seu capital, de acordo com o Estatuto |
| Acompanhar os eventos de educação cooperativista | |

Fonte: Adaptado de Oliveira (1979, p. 52)

2.3 Micro e Pequena Empresa

Nos Estados Unidos e na União Econômica Européia, as estimativas indicam que mais de 80% da economia é baseada em micro, pequena e média empresas. Esta tendência mundial também está ocorrendo no Brasil, onde as Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) representam atualmente cerca de 98% do total dos estabelecimentos industriais, 99% dos estabelecimentos comerciais e 98% dos estabelecimentos do setor de prestação de serviço.

Em Santa Catarina no ano de 2002 foram constituídas 23.550 mil empresas, destas, 18.650 mil microempresas e 369 empresas de pequeno porte (JUCESC, 2003). As microempresas são responsáveis por 60% da geração de empregos no ramo industrial no Estado de Santa Catarina.

2.3.1 Conceito de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte

Qualquer que seja o estudo sobre microempresa e empresa de pequeno porte apresenta-se de imediato, o problema de definir o padrão de classificação. Longenecker et al. (1997) e Batalha (1989) dizem que mesmo os

[...] critérios para medir o tamanho dos negócios variam. Alguns critérios são aplicáveis a todas as áreas industriais, enquanto outros são relevantes apenas para certos tipos de negócios. Exemplos de critérios usados para medir tamanho são: número de empregados; volume de vendas; valor dos ativos; seguro da força de trabalho e volume de depósitos.

A simples conceituação do que é micro ou pequena empresa tem-se constituído em tarefa relativamente complexa, em virtude de que o estabelecimento de uma linha rígida com relação ao seu dimensionamento se torna bastante variável de um país para outro. Alguns autores concordam que é possível uma compreensão mais específica do que significam os termos micro e pequena empresa, por meio das duas variáveis mais comumente consideradas, ou seja, o número de empregados e o faturamento da empresa.

Sobre o assunto, Lezana (2000, p. 64) diz que, “Independentemente da referência legal, existem diversas formas para definir o que são pequenas empresas. A adição de uma fórmula global para agrupar essas empresas pode criar distorções. O que é grande para um determinado setor de atividade pode não ser para outro”.

Pela, então, Lei n.º 7.256, de 27 de novembro de 1984, era considerada uma microempresa o empreendimento no ramo da indústria, comércio ou serviço, cuja receita não ultrapassasse 96.000 UFIR (Unidade Fiscal de Referência). Dentre os benefícios concedidos pela Lei estão a isenção do IRPJ (Imposto de Renda sobre Pessoa Jurídica) e o PIS (Programa de Integração Social).

Em 5 de outubro de 1999, a Lei n.º 9.841, que institui o estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte, dispoñdo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos Art. 170 e 179 da Constituição Federal, define a micro e pequena empresa como:

- I - microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais);
- II - empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

A Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC (2002) e o SEBRAE (2002) classificam as microempresas e as empresas de pequeno porte utilizando o critério de número de funcionários. É denominada microempresa aquela com até 10 empregados na indústria e, de 11 a 100 empregados como empresa de pequeno porte.

2.3.2 Micro e Pequena Empresa no Mundo

Em muitos países, as micro e pequenas empresas evoluíram sob condições econômicas e sociais adversas. O papel desempenhado pela micro e pequena empresa é fundamental, semelhante às experiências americanas. Em nenhuma das principais nações do mundo a micro e pequena empresa causou um impacto tão dinâmico no desenvolvimento econômico em evolução.

As regiões da Itália se transformaram devido às suas pequenas indústrias, que foram a mola propulsora do desenvolvimento regional daquele país.

Conforme diz Solomon (1986, p. 313):

Durante muitos anos, a região de Vêneto, no Nordeste da Itália, foi uma das partes mais atrasadas do país. Os turistas passavam por ali rapidamente, atravessando Verona e Pádua a caminho de Veneza. Os italianos pobres do Sul, migrando para o Norte à procura de emprego nos grandes centros industriais, deixavam seus moradores, fazendeiros e artesões regionais imperturbados quando por ali passavam. Nos últimos dois ou três decênios, no entanto, o Vêneto se transformou de uma das regiões mais pobres em uma das mais ricas da Itália. Esta transformação se deu através da pequena indústria.

O processo de industrialização do Japão teve início, na era Meiji, conforme argumenta Iida (1984, p.170): “O Japão começou a industrializar durante a Era Meiji com incentivo governamental à criação da grande empresa, baseada na tecnologia avançada, importada dos países ocidentais.”

Iida (1984, p. 171) comenta, ainda, que: “Como grande parte da indústria estava voltada para o setor bélico, muitos outros setores foram marginalizados, principalmente aqueles representados pelas indústrias tradicionais, onde havia predominância da pequena e média empresa.”

As micro e pequena empresas japonesas levam em consideração dois pontos: número de empregados ou capital social, caracterizando a pequena empresa industrial: como aquela que tem menos de 300 empregados ou até 100 milhões de iene de capital. Já para a microempresa industrial basta ter menos de 20 empregados. No Anexo C, é apresentado um exemplo de cooperativa de pequena e média empresa japonesa.

A cooperação entre as pequenas e médias empresas japonesas teve um papel fundamental para o seu sucesso e contou com o apoio do governo para defendê-las dos interesses das grandes empresas. (IIDA, 1986)

2.3.3 A Micro e Pequena Indústria Catarinense

O modelo de desenvolvimento de Santa Catarina tem sua marca na equilibrada distribuição das atividades econômicas. Ao Norte do Estado, localizam-se as indústrias eletrometalmecânicas; ao Sul, de carvão e cerâmica; ao Oeste, a agricultura e agroindústria; e no Vale do Rio Itajaí, a indústria têxtil e do vestuário.

Conforme dados da JUCESC (2003), no ano de 2001, foram constituídas 23.550 mil empresas em Santa Catarina, sendo, destas, 18.650 mil microempresas e 369 empresas de pequeno porte. Números apresentados a seguir na Tabela 02.

As microempresas são responsáveis por 60% da geração de empregos no ramo industrial, no Estado de Santa Catarina.

Tabela 2 - Constituição de empresa por tipo jurídico em Santa Catarina em 2002

| Mês | F1 | | LTDA | | OUTROS | | TOTAL | |
|--------------|-----|-----|------|-----|--------|-----|--------------|------------|
| | ME | EPP | ME | EPP | ME | EPP | ME | EPP |
| JAN | 629 | 1 | 730 | 26 | 1 | 0 | 1359 | 27 |
| FEV | 655 | 5 | 914 | 23 | 0 | 0 | 1569 | 28 |
| MAR | 659 | 1 | 959 | 32 | 0 | 0 | 1618 | 33 |
| ABR | 732 | 3 | 1095 | 24 | 0 | 0 | 1827 | 27 |
| MAI | 622 | 4 | 923 | 35 | 0 | 0 | 1545 | 39 |
| JUN | 511 | 2 | 863 | 29 | 0 | 0 | 1374 | 31 |
| JUL | 630 | 4 | 1047 | 26 | 1 | 0 | 1677 | 30 |
| AGO | 595 | 0 | 1056 | 34 | 0 | 0 | 1651 | 34 |
| SET | 673 | 3 | 965 | 35 | 0 | 0 | 1638 | 38 |
| OUT | 686 | 3 | 991 | 28 | 1 | 0 | 1677 | 31 |
| NOV | 572 | 2 | 876 | 16 | 0 | 0 | 1448 | 18 |
| DEZ | 509 | 2 | 756 | 31 | 0 | 0 | 1265 | 33 |
| TOTAL | | | | | | | 18648 | 369 |

Fonte: Junta Comercial do Estado de Santa Catarina – JUCESC (2003)

2.4 Comércio Exterior

Ao micro e pequeno empresário é fundamental armar-se de noções e conceitos básicos sobre os princípios relativos à exportação, para que ampliem seu comércio além das fronteiras internacionais.

A atividade de exportação não é isenta de dificuldades, inclusive porque o mercado externo é formado por vários países com hábitos, moedas, culturas, idiomas e legislação muito diversos. Por essas dificuldades é que as micro e pequenas empresas devem atentar quando se preparam para exportar. O micro e pequeno empresário deverá contratar um administrador com capacidade decisória e com conhecimento dos fundamentos de comércio exterior, ter comportamento e participação em feiras e **trade shows**, ter domínio fluente da língua inglesa, elaborar catálogos e panfletos em língua inglesa e espanhola, e,

principalmente, este profissional deverá ter um conhecimento de administração financeira. Não deverá fazer economia com relação ao pessoal que contratar para cuidar de sua contabilidade e da gerência financeira. Porém as micro e pequena empresas não teriam condições, isoladamente, de bancar os profissionais de tais gabarito. A cooperativa é uma das formas mais acessíveis a que as micro e pequena empresas podem recorrer, juntando as empresas que buscam o mesmo objetivo, e que, assim, podem competir no mercado externo.

Falar de comércio exterior e não falar de Globalização não teria sentido, uma vez que o comércio é a forma mais antiga de aproximação e contato entre os povos. A troca de mercadorias, bens e serviços sempre buscaram atender aquelas necessidades às quais certa comunidade não seria capaz de suprir por sua própria conta.

2.4.1 O Comércio Exterior do Brasil

Num país, para manter sua Balança Comercial estável, é necessário exportar mais do que importar. Essa é a primeira premissa do balanço de pagamento². É muito difícil ter uma balança comercial com *superavit* permanente, pois isso significa que o país está vendendo mais do que comprando. Essa situação é suportável durante algum tempo, mas é muito difícil perpetuar-se. (SANTOS, 2000)

Para um crescimento continuado, a empresa tem que prover produtos e serviços, para serem levados ao mercado, que lhe permitam obter novos recursos. O impacto das variáveis ambientais, no âmbito do mercado interno, torna-se mais dramático quando a empresa atua além das fronteiras, defrontando-se, com variáveis políticas, econômicas, socioculturais e legais, que estão fora de seu controle.

² Balança de pagamento e registro estatísticos do valor de todas as transações efetuadas por um país com o exterior, em determinado período. AURELIO (1993)

Na relação entre as exportações e as importações realizadas por um determinado país ou estado, quando as exportações excedem as importações, ocorre *superavit* da balança comercial. Com o inverso, o resultado será o *déficit*.

Conforme levantamento do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior - DECEX, o Brasil exportou, em dezembro de 2002, US\$ 5,2 milhões FOB³, em relação a dezembro de 2001, com US\$ 4,3 milhões FOB, o que representou um crescimento de 21,20%. No ano de 2002, as exportações chegaram a US\$ 60,4 milhões FOB, um acréscimo de 0,68% em relação ao mesmo período do ano anterior, tendo superado os obstáculos da desaceleração da economia norte-americana, da retração do mercado argentino e da União Européia e a crise de energia elétrica, diante da qual o país teve que economizar 20% do consumo.

2.4.2 As Exportações Brasileiras Segundo os Países de Destino

Os seis principais países compradores do Brasil no ano de 2001 foram: Estados Unidos, Argentina, Holanda, Alemanha, Japão e China – que importaram mais de US\$ 1,9 milhões FOB, cada um, sendo responsável por 48,86% da pauta, somando US\$ 28,4 milhões FOB.

Na Tabela 3 são apresentados os dez países com participações mais relevantes, que importaram do Brasil. Representaram 59,46% das exportações brasileiras.

³ FOB – *Free on Board* (livre a bordo) Ao vendedor (exportador): colocar a mercadoria a bordo do navio. Assim, ele deverá providenciar os transportes e seguros internos, isto é, do ponto de venda até dentro do navio. Ao comprador (importador): deverá pagar o frete e o seguro devidos, desde o porto de embarque até o do destino. MAIA (1995, p. 81 e 82)

Tabela 3 - Exportação Segundo os Países de Destino em 2001

| | PAÍSES DE AQUISIÇÃO | VALOR | PART. % |
|----|----------------------------|-----------------------|----------------|
| 1 | ESTADOS UNIDOS | 15.354.008.322 | 25,44 |
| 2 | HOLANDA | 3.182.298.119 | 5,27 |
| 3 | ALEMANHA | 2.536.723.329 | 4,20 |
| 4 | CHINA | 2.520.457.096 | 4,17 |
| 5 | MÉXICO | 2.342.347.361 | 3,88 |
| 6 | ARGENTINA | 2.341.866.721 | 3,88 |
| 7 | JAPÃO | 2.097.953.829 | 3,48 |
| 8 | BÉLGICA | 1.892.009.552 | 3,13 |
| 9 | ITÁLIA | 1.818.747.736 | 3,01 |
| 10 | REINO UNIDO | 1.786.904.607 | 2,93 |

Fonte: Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior/DECEX/GEREST - 2003

2.4.2.1 Santa Catarina no Comércio Exterior

Nos tempos atuais, Santa Catarina tem uma economia exportadora, tanto no mercado interno, bem como para mais de uma centena de países. O Estado catarinense é o 5º estado exportador dentre os outros vinte e sete estados brasileiros, conforme Tabela 04, com uma participação de 5,23 % das exportações globais do País.

**Tabela 4 – Principais Estados Exportadores do Brasil em
2001 e 2002 - US\$ 1.000 FOB**

| DISCRIMINAÇÃO | 2001 | PART. (%) US\$ FOB | 2002 | PART. (%) US\$ FOB |
|----------------------|-------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|
| São Paulo | 20.623.858 | 35,42 | 20.105.997 | 33,30 |
| Rio Grande do Sul | 6.345.359 | 10,89 | 6.375.445 | 10,56 |
| Minas Gerais | 6.047.905 | 10,39 | 6.348.898 | 10,51 |
| Paraná | 5.317.509 | 9,14 | 5.700.199 | 9,44 |
| Santa Catarina | 3.028.399 | 5,20 | 3.157.065 | 5,23 |
| Outros | 16.859.612 | 28,96 | 18.674.181 | 30,93 |
| Total Brasil | 58.222.642 | 100,00 | 60.361.785 | 100,00 |

Fonte: SECEX/DTIC - Sistema Alice

As indústrias catarinenses tiveram um crescimento em 2002, permeada por pesados investimentos destinados ao aumento da produção e da exportação. A aplicação

fortíssima de investimentos em 2001 garantiu o bom desempenho das exportações catarinenses.

De acordo com a pesquisa Sondagem Industrial, da Confederação Nacional da Indústria – CNI (2002), os empreendedores do sul do país são os mais confiantes na recuperação da economia. A crise da Argentina não foi impedimento para investimentos da indústria brasileira e, principalmente, para as indústrias catarinenses. A recuperação da economia dos Estados Unidos e da União Européia, principalmente a abertura, para os catarinenses, de novos mercados como a Rússia e a China, e o fim do racionamento de energia são os fatores que explicam o otimismo dos empreendedores.

2.4.3 Fator Exportação

Dentre as vantagens que a exportação oferece às empresas têm-se: maior produtividade e diminuição da carga tributária.

Exportar implica um aumento da escala de produção, que pode ser obtido pela utilização da capacidade ociosa da empresa, e pelo aperfeiçoamento dos seus processos produtivos. Assim, as empresas poderão diminuir os custos de seus produtos, com uma maior competitividade, e, conseqüentemente, um aumento em sua margem de lucro, desta forma, poderá compensar o recolhimento dos impostos internos, via exportação.

Competitividade para Baumann (1996, p. 196) é definida como: “a capacidade de a empresa formular e implementar estratégias concorrencias, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado.”

A exportação assume grande relevância para a empresa, pois é o caminho mais eficaz para garantir o seu próprio futuro em um ambiente cada vez mais competitivo, exigindo

das micro e pequenas empresas brasileiras plena capacitação para enfrentar a concorrência, tanto interna como no exterior.

A atividade exportadora para o Brasil tem uma importância estratégica, pois contribui para a geração de renda e de emprego, para a entrada das divisas necessárias ao equilíbrio das contas externas e para a promoção do desenvolvimento econômico.

Todas as atividades do comércio exterior exigem investimentos elevados e experiência no setor, que a maioria das micro e pequenas empresas brasileiras não estão em condições de suportar.

Conforme Tomelin (2000, p. 5):

No Brasil esta modernização está com o desenvolvimento de pequenas e médias empresas. Dada a inexperiência destas empresas no mercado, o parecer mais lógico é a formação de associações ou a concentração de pequenas e médias empresas em busca de um mesmo objetivo.

Partindo deste princípio, surge a idéia de se unirem esforços através da criação de cooperativas de exportação para micro e pequenas empresas brasileiras.

A internacionalização da empresa é um fator irrefutável. Entre 1989 e 1994, a indústria brasileira ampliou gradativamente seu grau de internacionalização (BAUMANN, 1996), pois consiste em sua participação ativa nos mercados externos. Se as micro e pequenas empresas se dedicarem, exclusivamente, a produzir para o mercado interno, sofrerão a concorrência das empresas estrangeiras dentro do próprio país. Baumann (1996, p. 205) afirma que: “cada vez de modo mais acentuado, empresas não localizadas no país estão se tornando uma ameaça muito concreta para as empresas locais.”

Para manter a sua participação no mercado interno, deverão se modernizar e tornarem-se competitivas em escala internacional. As micro e pequenas empresas podem participar do mercado internacional de modo ativo e permanente, ou de maneira eventual. Em geral, o êxito e bom desempenho na atividade exportadora são obtidos pelas empresas que se

inseriram na atividade exportadora como resultado de um planejamento estratégico, direcionado para os mercados externos.

As micro e pequenas empresas interessadas em transformarem-se em exportadoras, devem ter os seguintes cuidados:

- não devem considerar a exportação como uma atividade esporádica, ligada às flutuações do mercado interno;
- parcela de sua produção deve ser sistematicamente destinada ao mercado externo;
- a empresa exportadora deverá estar em condições de atender sempre às demandas regulares de seus clientes no exterior;
- os exportadores brasileiros devem saber utilizar plenamente os mecanismos fiscais e financeiros colocados à sua disposição pelo Governo, a fim de aumentar o grau de competitividade de seus produtos; e
- todas as comunicações recebidas de importadores externos devem ser respondidas, mesmo que, em um determinado momento, o exportador não tenha interesse ou condições de atender aos pedidos recebidos. O bom diálogo com os importadores, tanto efetivo como potenciais, prepara o campo para vendas futuras. (SANTOS, 2000).

As micro e pequenas empresas têm que participar do comércio exterior para não perder mercado e liderança de seus produtos.

Conforme afirma Ducker (1996, p. 02):

Muitas empresas, de porte médio e mesmo pequeno terão de se tornar ativas na economia mundial. Para manter a liderança em um mercado desenvolvido, uma empresa precisa cada vez mais de uma presença forte em todos esses mercados no mundo inteiro. Entretanto, raramente as empresas

de menor porte contam com os recursos financeiros ou gerências para montar ou adquirir subsidiárias no exterior.

As micro e pequenas empresas deverão unir-se para concorrer no mercado exterior, assunto que muito se relaciona com a proposta deste trabalho, que é a formação de cooperativas de exportação para micro e pequenas empresa, sobre o que Ducker (1996, p. 02) afirma: “[...] as empresas irão se integrar na economia mundial através de alianças [...], consórcios de pesquisa e marketing, associações em subsidiárias ou em projetos especiais, licenciamento recíproco e assim por diante.”

3 MODELO DE COOPERATIVA DE EXPORTAÇÃO

3.1 Introdução

O modelo tem como instrumento as mudanças econômicas, sociais e culturais do processo de desenvolvimento da Microrregião de Florianópolis, e está baseado nos valores do cooperativismo, a fim de melhorar as condições de vivência e sobrevivência.

Cooperativismo, segundo Benato (1994, p. 21), “É uma doutrina econômica que se baseia na cooperação e que opera como um sistema reformista da sociedade que obtiver o justo preço através do trabalho e da ajuda mútua”.

Para Drimer (1981, p. 15), cooperação é: “Simplemente o exercício da consequência de cooperar, e dizer a ação do efeito das pessoas que colaboram entre si para a realização de uma tarefa comum na obtenção de uma mesma finalidade.”

Na Figura 1, apresenta-se o modelo de proposta para a formação da cooperativa de micro e pequena indústria.

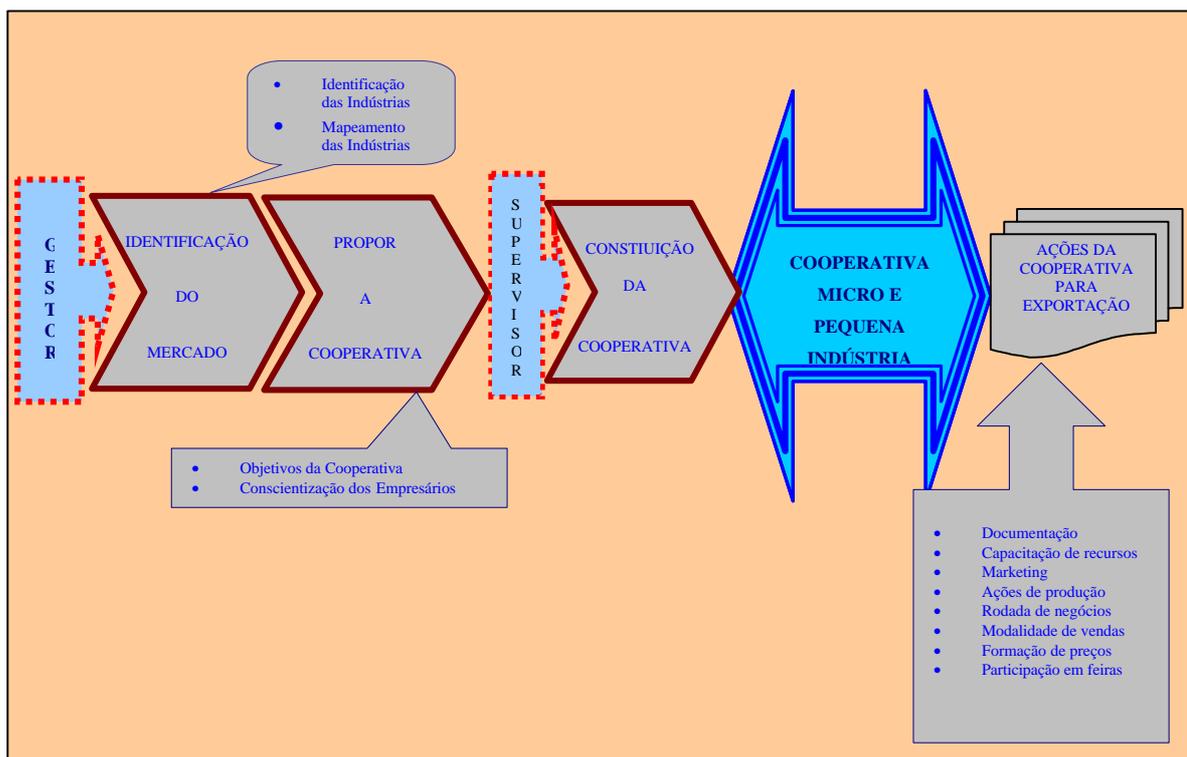


Figura 1 – Modelo de Cooperativa de Exportação para Micro e Pequena Indústria

O modelo é dividido em três fases: a primeira fase a do Gestor, a segunda, a do Supervisor e, por último, a fase da cooperativa legalmente constituída.

3.2 Gestor

O gestor pode ser uma instituição pública ou privada (empresa de consultoria, banco público ou privado, FIESC, SEBRAE, Governo Federal ou Estadual e as Universidades), (ver Figura 2), o seu papel é o de provedor do modelo, sua função é fundamental para o sucesso do modelo hora proposto, identificando o mercado e propondo a cooperativa. Na fase de constituição, passará o gestor ao papel de supervisor. Uma vez escolhido é constituída uma comissão que terá a função de propor uma minuta do estatuto social e convocar uma assembléia para a sua aprovação, ou não, e a sua legalização junto aos órgãos competentes.

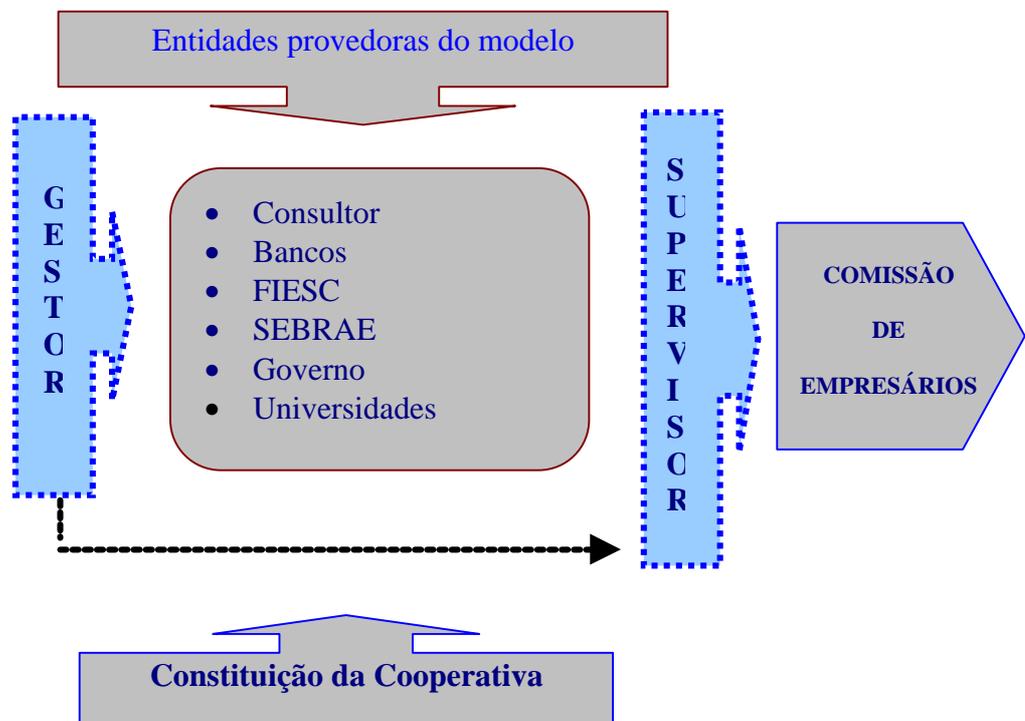


Figura 2 - Entidades Provedoras “GESTOR”

3.2.1 Identificação do Mercado

Identificar, num determinado espaço geográfico, o setor industrial formado por micro e pequenas indústrias, com maior concentração, e apresentar uma proposta de criação de uma cooperativa de exportação, considerando sempre o mesmo ramo de atividade. Uma vez identificado o mercado, passa-se para o segundo passo, a identificação da indústria.

3.2.1.1 Identificação da Indústria

É uma fase de grande importância para a aplicação do modelo de cooperativa. As indústrias deverão ser do mesmo ramo de atividade, uma vez que para a constituição da cooperativa de pessoas jurídicas, conforme prevê Art. 5º da Lei das Cooperativas, é necessário que os cooperados sejam do mesmo ramo de atividade, constituindo um dos pré-requisitos para a aplicação do modelo.

3.2.1.2 O Mapeamento das Indústrias

A realização do mapeamento das indústrias servirá para obter uma análise da avaliação da aplicabilidade da cooperativa, para o qual deve-se observar a posição geográfica e a cultura local, a fim de que a criação da cooperativa não se torne inviável.

3.2.2 Proposição da Cooperativa

3.2.2.1 Objetivo da Cooperativa

A criação de uma cooperativa de micro e pequena indústria para exportação tem como objetivo detalhar as atividades e ações de exportação, otimizando esforços de promoção e comercialização de seus produtos no exterior.

O grupo de pessoas interessadas em criar a cooperativa deve ter os mesmos objetivos, a fim de verificar as condições mínimas necessárias para que a cooperativa seja viável o grupo deve encontrar respostas para os seguintes questionamentos:

- a) A necessidade é sentida por todos os interessados?
- b) A cooperativa é a solução mais adequada?
- c) Já existe alguma cooperativa na redondeza que poderia satisfazer aos interessados?
- d) Os interessados estão dispostos a entrar com o capital necessário para viabilizar a cooperativa?
- e) O volume de negócios é suficiente para que os cooperados tenham benefícios?
- f) Os interessados estão dispostos a operar integralmente com a cooperativa?
- g) A cooperativa terá condições de contratar pessoal qualificado para administrá-la e fazer a contabilidade?

3.2.2.2 A Conscientização dos Empresários

Há que se conscientizar os empresários para a formação da cooperativa e mostrar as vantagens e as dificuldades encontradas nas micro e pequenas indústrias para exportar seus

produtos, tais como: falta de suporte gerencial, financeiro, de produção. A conscientização é a fase decisiva do modelo.

Rocha (1988, p. 182) afirma que: “[...] carecem de pessoal qualificado e com experiência em exportação, e que, além disso, não dispõem de produtos cujos padrões de qualidade atendam às exigências do mercado internacional.”

Idêntico ponto de vista tem De Mori (1998, p. 115), quando afirma que: “As empresas de pequeno porte no Brasil carecem de capital, não têm acesso aos serviços tecnológico e grande parte de seus proprietários não está preparado para enfrentar os novos desafios inerentes à abertura do mercado aos grupos estrangeiros.”

No Brasil há a necessidade da mobilização das micro e pequenas empresas para participar do mercado internacional, buscando o equilíbrio da Balança Comercial Brasileira. As micro e pequenas empresas representam 95 % das empresas registradas no país, sendo que apenas 1,7 % delas já está exportando. Em Santa Catarina, 2,6 % das micro e pequenas empresas estão exportando seus produtos.

Segundo De Mori (1998, p. 116): “O que de melhor poderá acontecer para nossas pequenas empresas é o despertar para um tipo de relacionamento com o mercado, muito mais profissional sob pena de não continuarem a funcionar.”

A cooperativa de exportação, formada de micro e pequena indústrias, permite a utilização, com maior eficiência, dos recursos gerenciais que para elas são escassos. Dentre os benefícios, alinham-se, ainda, a melhoria da produção individual e local, pelo uso de novas técnicas de produção com equipamentos de ponta, um maior planejamento e controle da produção.

De Mori (1998, p. 116) diz, ainda, que: “É preciso formar associações de empresas. Juntas, elas estarão fortalecidas e em melhores condições de competir com as do primeiro mundo.”

As vantagens de participar de uma cooperativa de exportação, entre outras, são destacadas por Rocha (1988 p. 182) como: “A facilidade de penetração em novos mercados, o acesso a novos tipos de compradores, a redução do risco através da diversificação de negócio, a redução de flutuações sazonais nas vendas, a tendência à redução dos custos de produção.”

A Cooperativa de Exportação da Micro e Pequena Indústria do Vestuário, após formalizada, vai poder ampliar o número de fornecedores, podendo impor condições como: preço, prazo de entrega, qualidade e a diversificação da matéria prima, acarretando, com isso, um aumento da produtividade e agilidade que, aliados ao Marketing Cooperativo, possibilitarão o aumento das vendas e a divulgação de seu produto “Marca” no exterior.

Uma das vantagens das cooperativas de exportação está em participar de feiras internacionais para o conhecimento da marca da cooperativa.

3.3 Supervisor

O gestor, nesta fase de constituição da cooperativa, passa para o papel de supervisor, conforme Figura 3, dos trabalhos da comissão, constituída por empresários para a formação da cooperativa.

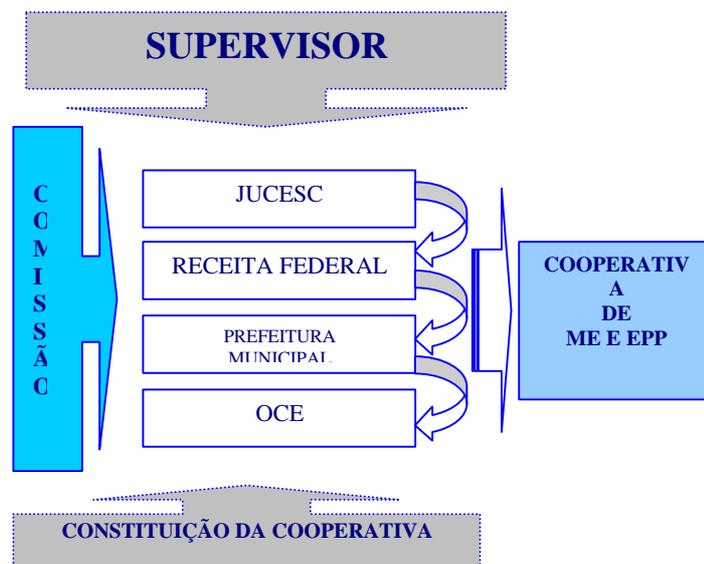


Figura 3 - De Gestor para Supervisor

3.3.1 Constituição da Cooperativa

Uma vez constituída, uma comissão, composta por empresários das indústrias identificadas e com o comprometimento em constituir, de fato, a cooperativa, estabelece-se, como missão, a elaboração do estatuto, a convocação da assembléia para a aprovação do estatuto e, por fim, a constituição legal da cooperativa. Todo esse processo acontece com a supervisão do gestor.

3.3.1.1 Procedimentos para a Constituição de uma Cooperativa

A proposta de constituição de uma cooperativa é baseada no modelo da OCESC – Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina (1999), que abrange tão-somente a constituição em si, ou seja, a formação legal da cooperativa, sem a sua praticabilidade.

A comissão elabora uma proposta de Estatuto da cooperativa, distribui aos interessados uma cópia dessa proposta, para que todos a estudem e realizem reuniões com todas as pessoas interessadas para a discussão de todos os itens da proposta de Estatuto.

Na seqüência, convocam-se todas as pessoas interessadas para a Assembléia Geral de Constituição (Fundação) da Cooperativa, em hora e local determinado, com antecedência, afixando o aviso de convocação em locais freqüentados pelos interessados, podendo também ser veiculado através da imprensa e da rádio da localidade.

A Assembléia Geral de Constituição da Cooperativa será realizada com a participação de, no mínimo, 20 interessados, conforme legislação.

Após a Assembléia Geral de Constituição, o próximo passo é efetivar o registo na Junta Comercial do Estado, Receita Federal e, por último, na OCESC para efetivar a inscrição

na Organização das Cooperativas, atendendo ao disposto no art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971, juntamente com o Requerimento para Inscrição na OCESC.

3.4 Cooperativa de Micro e Pequena Indústria

Uma vez constituída a cooperativa, esta terá a função de empresa exportadora, com os procedimentos previstos, chamados de Ciclo Operacional da Cooperativa, ver Figura 4. Para entrar no exigente mercado das exportações, as empresas devem estar atentas a certos detalhes, conforme os autores Baumann (1996), Labatut (1994), Maia (1995), Rocha (2000) e Santos (2000). A exportação só é autorizada após o registro do exportador no Sistema Integrado de Comércio Exterior - SISCOMEX , junto a qualquer Delegacia da Receita Federal, quando obtém o acesso ao sistema. O SISCOMEX é um *software* que permite aos exportadores o licenciamento e/ou registro de suas operações junto aos órgãos oficiais intervenientes.

Neste mercado, os exportadores devem estar preparados para mudanças e atualizações em seu produto, deixando-o propício ao mercado internacional.

A Cooperativa de Exportação atuará com a Exportação Direta, ou seja, como uma empresa produtora/exportadora, oferecendo diretamente seus produtos ao mercado externo, sem intermediários. Se a Cooperativa optar por este meio de exportação, deve ser administrada por profissionais da área de comércio exterior.

Antes de iniciar a exportação, é importante uma pesquisa de mercado, localizando e identificando o seu público alvo. Vale lembrar que cada mercadoria tem uma classificação, através de um código numérico de classificação fiscal, que identifica a mercadoria segundo a sua descrição e impostos incidentes.

Agora, com todos os passos prontos, basta agilizar e adequar a produção às exigências do contrato realizado. Prazos e exigências devem ser obedecidos.

Para o pagamento das operações de exportação é aconselhável a utilização da carta de crédito, sendo este o meio mais seguro e mais utilizado. Esta segurança está associada à participação do banco instituidor (banco do importador), o banco do negociador (banco do exportador) e o banco confirmador (facultativo, geralmente um banco de um terceiro país). A operação pode ser resumida em alguns pontos:

- o exportador solicita ao importador a abertura da carta de crédito;
- o importador dirige-se ao banco instituidor, solicitando a emissão da carta de crédito, conforme instruções do exportador, mediante depósito das garantias necessárias;
- o banco instituidor envia carta ao banco negociador, que entrega uma cópia ao exportador, certificando-o do crédito;
- o exportador, ciente do depósito, embarca a mercadoria;
- o exportador entrega os documentos de embarque ao banco negociador;
- o banco negociador confere e envia ao banco instituidor;
- o banco instituidor recebe e efetua o pagamento da operação ao banco negociador, o qual repassa ao exportador;
- o banco instituidor entrega os documentos de embarque ao importador, necessários à liberação da mercadoria no despacho aduaneiro.

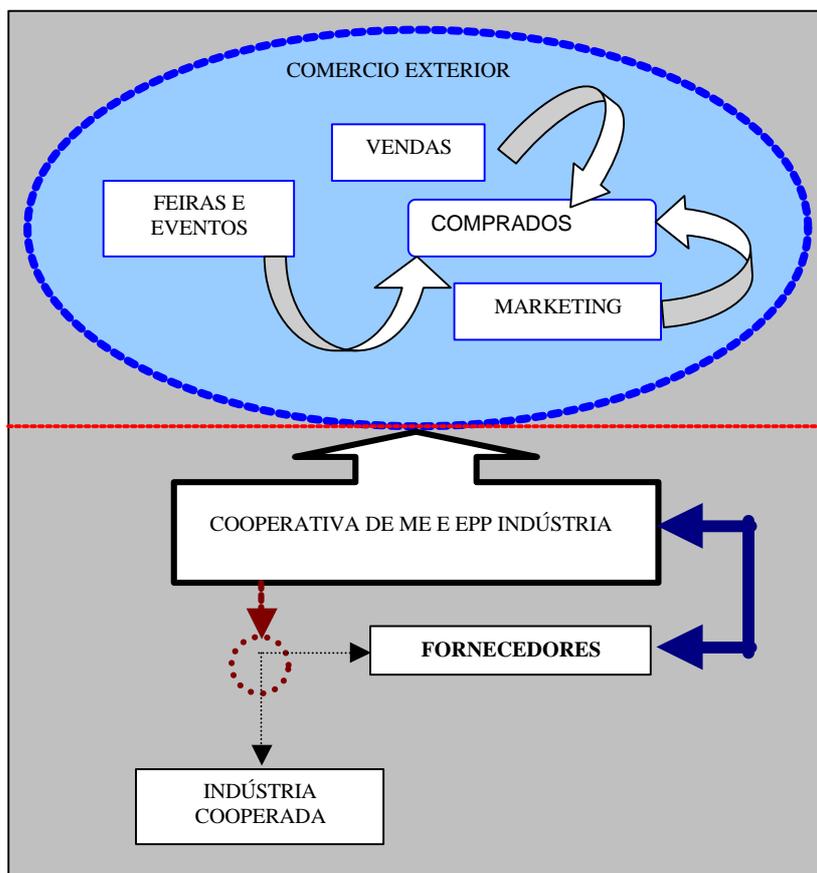


Figura 4 – Ciclo Operacional da Cooperativa

4 CONDIÇÕES PARA VALIDAÇÃO DA PROPOSTA DO MODELO

O modelo de cooperativa e exportação apresentada no capítulo 3, poderá ser aperfeiçoado a partir da verificação de sua adequabilidade à realidade empresarial. O modelo contempla como elo para a integração, o cooperativismo, tendo como principais aspectos o filosófico, que se alicerça na certeza da vitória ao auxílio mútuo.

O aperfeiçoamento moral e técnico do homem, sobre o ponto de vista econômico, que vai ao encontro das necessidades básicas financeira dos cooperados, constituindo-se em empresa, cabendo ao Estado o reconhecimento da sociedade cooperativa, tendo em vista as suas particularidades, acima de tudo, a solução das questões tributárias e previdenciárias fornecendo, assim, condições mais adequadas para inclusão no comércio exterior.

Para o sucesso do modelo proposto, existe dois requisitos básicos, a conscientização dos empresários e a identificação do mercado.

O primeiro requisito é o entendimento sobre cooperativismo por partes dos integrantes do modelo, proporcionando assim interpretações, dando de uma forma adequar o conhecimento sobre o cooperativismo e sua filosofia, a necessidade do conhecimento sobre o cooperativismo, e de grande importância para que ocorra a operacionalização de toda a estrutura do modelo, sendo necessário uma preparação mínima dos associados da cooperativa.

O segundo requisito, que está contemplado neste capítulo, que é a identificação do mercado, o caso da micro região de Florianópolis,

4.1 A Microrregião de Florianópolis tem Condições

4.1.1 Introdução

Dentro do continente sul-americano, o Estado de Santa Catarina situa-se no centro geográfico da região industrializada, com a mais alta renda e o maior mercado consumidor. Num raio de 1.500 Km, a partir de Florianópolis, estão situados Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre, além dos países integrantes do MERCOSUL.

De acordo com o Atlas Geográfico, editado pelo Governo catarinense, o Estado está localizado entre os paralelos 25°57'41" e 29°23'55" de latitude Sul e entre os meridianos 48°19'37" e 53°50'00" de longitude Oeste. Conforme o mesmo atlas, o litoral catarinense começa na foz do rio Sai-Guaçu, na divisa com Paraná e vai até a foz do rio Mampituba, na divisa com o Rio Grande do Sul. A extensão de costa é de 516,4 Km, correspondente a 7% do litoral brasileiro.

O Estado, cuja capital administrativa é Florianópolis, até o ano de 1996 possuía 260 Municípios, em 1º de janeiro de 1997 foram instalados 33 novos Municípios, criados entre setembro de 1991 e março de 1992, totalizando, assim, 293 Municípios¹³.

4.1.1.1 A Organização Econômica Catarinense

Diz Ribas Junior (1998, p.48) que: “A economia estadual – capacidade de produzir bens e serviços e de consumi-los apresenta algumas peculiaridade que a diferenciam de outros estados.”

¹³ Conforme Anuário Estatístico de Santa Catarina 2000 – da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Integração ao MERCOSUL.

Para pode-se compreender o seu atual estágio, é fundamental relembrar os aspectos marcantes do passado. Os terras de Santa Catarina eram habitadas pela nação Tupi-guarani, na época do descobrimento do Brasil em 1500. No século XVII os primeiros colonizadores europeus, vindos de São Vicente, Portugal, se estabeleceram no litoral de Santa Catarina, originando as atuais cidades de Florianópolis e São Francisco do Sul. No século XVII mais portugueses, vindos das ilhas dos Açores e da Madeira, chegaram para povoar o litoral do Estado, desta vez, consolidando uma caracterização regional histórico-político-cultural que se faz sentir até hoje.

A partir do século XIX ocorreu a imigração de colonos alemães e italianos e, em menor escala, de colonos eslavos. Em 1829 foi instalada a primeira colônia alemã no Município de São Pedro de Alcântara, por iniciativa do Governo do Estado. Como a colonização oficial teve pouco êxito, foi estimulada a colonização por companhias particulares, cuja administração apoiava-se em pressupostos econômicos.

As colônias, por iniciativa privada, estabeleceram-se ao longo do rio Itajaí-Açu, originando as atuais cidades industriais, como Joinville, Blumenau e Brusque.

Em 1836, e mais tarde, em 1875, os colonos italianos chegaram e estabeleceram-se nas proximidades das colônias alemãs e mais para o interior do Estado, dando origem a São João Batista, Rodeio, Ascura, Nova Trento, Criciúma, Nova Veneza, entre outros, normalmente seguindo o vale dos maiores rios que desembocam no Atlântico.

Nos anos 60, a colonização se completa, através de fluxos internos de imigrantes de segunda geração, em direção ao oeste catarinense.

No primeiro momento da colonização do Estado, conforme historiadores de renome, a economia era baseada na atividade pesqueira em sua orla marítima e agro-pastoril, no planalto central.

A industrialização catarinense se deu no segundo Império do Brasil. A Lei n.º 514, de 1848, veio disciplinar a economia, a política e as atividades sociais, resolvendo, inclusive, as questões das terras devolutas. Segundo alguns economistas, é esta a razão pelas quais a economia colonial catarinense que era de subsistência destaca-se pela presença reduzida de mão-de-obra escrava.

Indústria catarinense teve influência marcante na primeira metade do século XX, conforme Ribas Junior (1998, p. 54) destaca os exemplos de empreendimentos dessa época (1850/1950):

- 1) Carl Hoepcke & Cia – a criação, pela Hoepcke, da Fábrica de Pregos Rita Maria, da Fábrica de Rendas e Bordados (adquirida de terceiros), e o Estaleiro Arataca em Florianópolis. [...]
- 2) Carlos Renaux S/A – esse empreendimento foi fruto da iniciativa de Carlos Renaux que chegou à região em 1882. O seu próprio negócio foi aberto em 1890, quando comprou os primeiros teares da empresa que leva seu nome. Recrutou mão-de-obra qualificada, especialmente dos imigrantes de língua alemã da região de Lodz (Polônia). Eram competentes tecelões. Duas fábricas operam: a Tecidos Carlos Renaux S/A, produzindo os tecidos e a Indústria Têxtil Renaux. [...]
- 3) Cia. Hering Ltda – Em Blumenau, na mesma época, fins do século XIX, os irmãos Hering fundaram a hoje grande Hering.
- 4) Merecem especial destaque, nesse período, os empreendimentos das famílias de Gustavo Schosser (fábrica de tecidos em Brusque ainda em plena operação) e de Johann Karsten (fundador da Cia Têxtil Karsten). Ambos iniciaram seus empreendimentos com pouco capital, poucos equipamentos, pouca tecnologia e uma extraordinária vontade de vencer.

Pode-se, assim, concluir que o capital catarinense teve origens diferentes do restante do Brasil capitalista. É que o eixo econômico se formou a partir da iniciativa destes empreendedores, sem um planejamento prévio do governo.

O Estado de Santa Catarina procura cada vez mais se integrar ao contexto da economia nacional e responder aos impactos da economia globalizada. O aspecto marcante da economia catarinense é a sua diversificação e a distribuição equilibrada das atividades industriais. Do dinamismo econômico da indústria catarinense, pode-se destacar a produção têxtil, com as exportações de roupa de cama, mesa e banho. O setor tem se expandido por

todo o Estado, especialmente através de milhares de pequenas empresas de roupas e confecções em geral.

A economia do Estado de Santa Catarina aumentou em proporções encorajadoras, acima das médias nacionais. Com apenas 1,12% do território e 3,14% da população do País, o Estado catarinense ocupa a sétima posição na formação do Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB), o quinto em exportação, e o sétimo em arrecadação de ICMS.

4.1.1.2 As Microrregiões

A divisão regional do Brasil tornou-se obrigatória com a publicação, em 03 de março de 1969, da Resolução n.º 05 editada pela Comissão Nacional de Planejamento e Normas Estatísticas – CONPLANE, que dispôs da obrigatoriedade de adoção, pelos órgãos oficiais de estatística da nova divisão regional, com a recomendação n.º 17 que resolveu ser necessário introduzir nova divisão regional em qualquer de seus níveis.

A Resolução n.º 05 resolvia a utilização obrigatória das grandes regiões e microrregiões Homogênea, pela estatísticas nacionais realizadas pelo IBGE e aprovadas pelo CONPLANE. Conforme classificação do IBGE, o Estado de Santa Catarina conta hoje com 6 Mesorregiões, assim divididas: Oeste Catarinense; Norte Catarinense; Serrana; Vale do Itajaí; Grande Florianópolis e Sul Catarinense.

As Mesorregiões são subdivididas em 20 Microrregiões, a saber:

- 1. Oeste Catarinense** (São Miguel D'Oeste; Chapecó; Xanxerê; Joaçaba e Concórdia);
- 2. Norte Catarinense** (Canoinhas; São Bento do Sul e Joinville);
- 3. Serrana** (Curitibanos e Campos de Lages);
- 4. Vale do Itajaí** (Rio do Sul; Blumenau; Itajaí e Ituporanga);

5. Grande Florianópolis (Tijuca; *Florianópolis e* Tabuleiro); e

6. Sul Catarinense (Tubarão; Criciúma; Araranguá).

Como o objetivo deste trabalho recai sobre a Microrregião de Florianópolis, os estudos serão sobre os Municípios que a compõe, com uma área em torno da Capital do Estado, abrangendo 09 (nove) Municípios de colonização vicentista, açoriana e alemã.

No sistema estatístico nacional da nova divisão regional do Brasil, foram elaboradas pelo IBGE, com aprovação do CNPLANE, as microrregiões homogêneas que, como dizem o nomes, são regiões de natureza ou de fenômenos, parecidos. Sendo assim. A Microrregião de Florianópolis ficou composta por 09 (nove) municípios: Antônio Carlos; Biguaçu; Florianópolis; Governador Celso Ramos; Palhoça; Paulo Lopes; Santo Amaro da Imperatriz; São José e São Pedro de Alcântara.

A Microrregião de Florianópolis localiza-se na parte central do litoral catarinense, com uma área de 2.428,4 Km², totalizando 2,54% do território do Estado de Santa Catarina, o correspondente a 0,03% do território nacional. Limita-se com as microrregiões geográficas de Tijucas, do Tabuleiro e com o oceano Atlântico.

4.1.1.3 Atividade Industrial da Microrregião de Florianópolis

Santa Catarina, no final do século, atravessou um momento diferente em relação aos demais Estados da Confederação, a produção industrial catarinense ficou acima da média nacional.

Segundo a FIESC (2001), a alteração do modelo gerencial catarinense deu lugar à abertura de capital, agregado a uma nova visão dos empresários em tornar a administração dos

seus empreendimentos mais técnica, ou seja, numa administração profissional e não familiar como vinha acontecendo nos últimos anos.

A economia da Microrregião de Florianópolis apresenta características bem diferenciadas entre os Municípios, há aqueles com características urbanizadas e outros com predominância rural. Nos Municípios com maior população urbana, como Florianópolis, São José, Palhoça, Biguaçu e Santo Amaro da Imperatriz, a economia é baseada no setor terciário. O setor primário tem maior destaque nos Municípios com característica rural, enquanto que o terciário é inexpressivo, apresentando forte dependência em relação aos Municípios urbanizados.

O setor secundário é representado por 11.814 indústrias em Santa Catarina, conforme dados da FIESC(2001), das quais, 1.510 estão localizadas na Microrregião de Florianópolis, o correspondente a 12,79% do total de indústrias do Estado. Os Municípios mais industrializados da Microrregião são: Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu, possuindo 571, 553, 210 e 77 indústrias, respectivamente.

A indústria do vestuário representa 18,11% das indústrias, o que corresponde a 167 empresas. A sua maior concentração está no Município de Florianópolis com 79 indústrias; seguido pelo Município de São José, com 53 empresas (ver Tabela 5 em seguida), gerando 996 empregos diretos na região, conforme dados da RAIS/2000.

O conjunto dos Municípios da Microrregião arrecadou em 2000, 815.248.245-UFIR em ICMS, no conjunto dos estabelecimentos industriais e comerciais, representando um total de 93.496 estabelecimentos, conforme dados da Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina.

Tabela 5 - Número da Indústria em Geral e do Vestuário com Número de Empregados da Microrregião de Florianópolis

| MUNICÍPIO | 2002 | | NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS NA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO EM 2000 | | | | |
|------------------------|--------------------|------------------------|--|------------|------------|------------|------------|
| | INDÚSTRIA EM GERAL | INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO | ATE 4 | DE 5 A 9 | DE 10 A 19 | DE 20 A 49 | TOTAL |
| Antônio Carlos | 19 | 01 | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 |
| Biguaçu | 77 | 05 | 07 | 0 | 16 | 28 | 51 |
| Florianópolis | 571 | 79 | 101 | 103 | 105 | 50 | 359 |
| Gov. Celso Ramos | 07 | 02 | 0 | 0 | 19 | 34 | 53 |
| Palhoça | 210 | 21 | 22 | 18 | 27 | 25 | 92 |
| Paulo Lopes | 11 | 01 | 03 | 0 | 0 | 0 | 03 |
| Sto Amaro Imperatriz | 54 | 05 | 08 | 0 | 12 | 0 | 20 |
| São José | 553 | 53 | 48 | 96 | 123 | 140 | 407 |
| São Pedro de Alcântara | 08 | 00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| T O T A L | 1510 | 167 | 189 | 217 | 313 | 277 | 996 |

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego - RAIS/2003 – Relação Anual de Informações Sociais

4.1.1.4 Estudo de Aplicação na Microrregião de Florianópolis

Os Municípios da Microrregião de Florianópolis que têm a maior participação em número de Indústria do Vestuário são os Municípios de Florianópolis, com 79 Indústrias, seguido de São José com 53 indústrias e o Município de Palhoça conta com 21 Indústrias. Juntas geram 858 empregos diretos, ficando, assim, distribuídos entre os Municípios de Florianópolis, São José e Palhoça os 359, 407 e 92 empregos, respectivamente, conforme a Base de Dados da RAIS de 2000.

Após a identificação das indústrias pelo ramo de atividade, será efetuado o mapeamento das indústrias.

4.1.1.4.1 Mapeamento das Indústrias

A realização do mapeamento da indústria do vestuário servirá para a localização das respectivas indústrias, com o objetivo de se obter uma análise de avaliação de aplicabilidade da cooperativa devido à posição geográfica, para que a distância e meio de transporte para escoamento da produção não venha a inviabilizar a formação da cooperativa. Deve ser considerada a cultura local, para não tornar a constituição da cooperativa inviável.

Após o mapeamento das indústrias do vestuário, conforme Figura 5, observou-se que a concentração das indústrias ficou nos Municípios de Florianópolis e São José. Como um dos objetivos deste trabalho e a otimização de esforços, ações conjuntas e diminuição dos custos operacionais, nos limita-se à análise dos Município de Florianópolis e São José devido à concentração das indústrias do vestuário e pela posição geográfica entre os dois Municípios, conforme Figura 6.

O próximo passo requer tempo e horas de reuniões objetivando a conscientização dos empresários para um trabalho cooperado, na formação da cooperativa de exportação.



Numero de indústria do vestuário nos respectivos municípios

FIGURA 5 - Mapeamento das Indústrias do Vestuário da Microrregião de Florianópolis

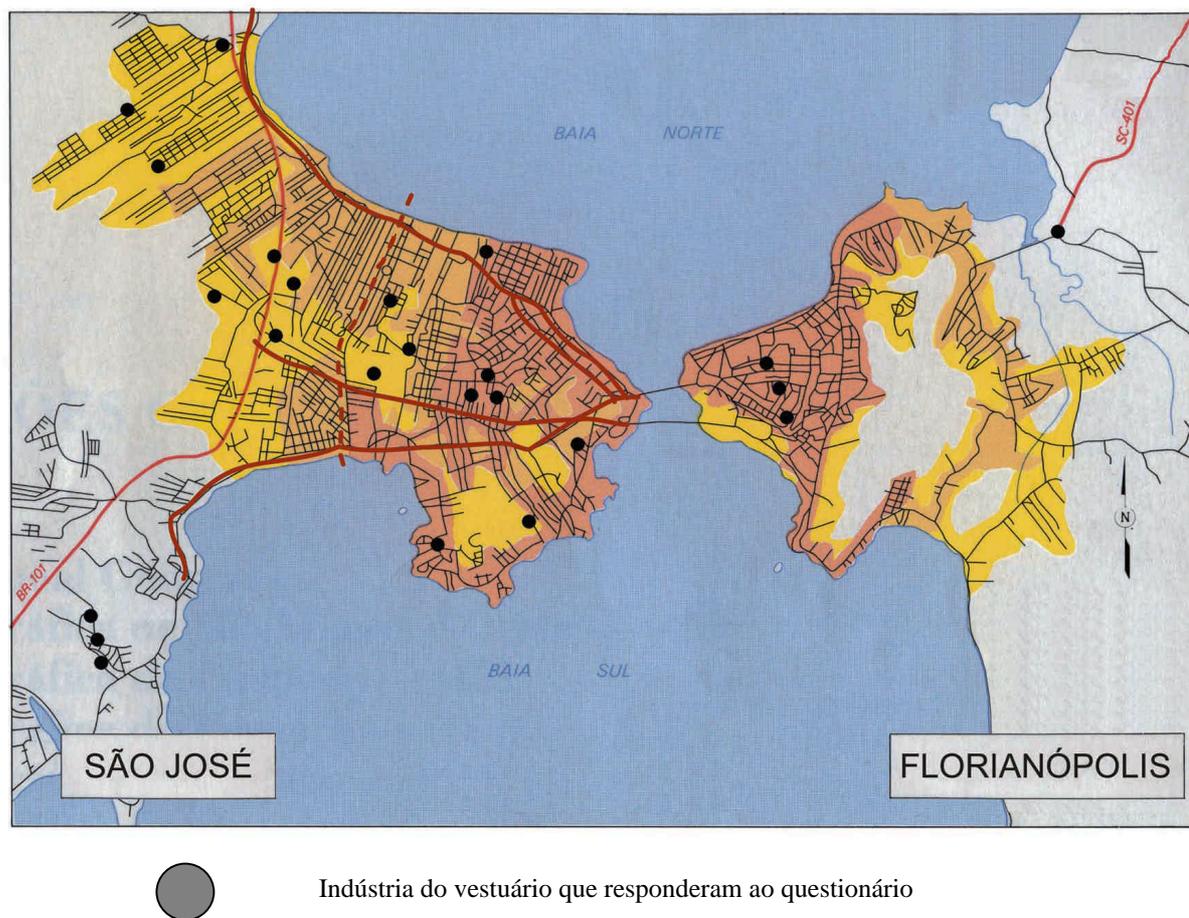


Figura 6 - Mapeamento das Indústrias do Vestuário em Florianópolis e São José

4.2 Motivação para Adesão ao Modelo

4.2.1 Introdução

Conforme a metodologia proposta para a realização do trabalho apresentado neste capítulo foram efetuados contatos com 56 indústrias das 122 indústrias do vestuário existentes em Florianópolis e São José, de acordo com levantamento realizado junto ao banco de dados do Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS/2001. Foi realizada entrevista (ver Anexo D) com o Sr. Aécio Carlos da Costa, empresário do ramo do vestuário e Ex-Diretor de Patrimônio da Associação das Indústrias do Vestuário do Aglomerado Urbano de Florianópolis – ASSINVEST e com o professor e empresário da área de Comércio Exterior Prof. Hans Kress, Secretário Executivo da Câmara de Desenvolvimento do Comércio Exterior do Estado de Santa Catarina.

Foram selecionadas aleatoriamente 56 Indústrias do vestuário para a aplicação do questionário, composto de 19 perguntas objetivas e descritivas. Obteve-se, porém, o retorno de 24 questionários, que representam 42,85%, e do universo de 167 Indústria, representa um retorno de 14,37%, considerado um bom índice de retorno. Dos questionários respondidos, 62,50% são de indústrias do vestuário, com sede no Município de Florianópolis e 37,50% no Município de São José.

Das 19 perguntas do questionário, foram utilizados para análise somente os itens de valor relevante para a confecção deste trabalho: Natureza jurídica; Município; Capital social; Total de sócios (Ltda.); Número total de funcionário na administração; Número total de funcionário na produção; Administração da empresa é profissional ou familiar; Produtos fabricados; Tipos de confecções; usuário; Origens da matéria-prima utilizada; Capacidade instalada nos últimos três anos em percentual; Metodologias utilizadas para conscientizar

funcionários quanto à necessidade de melhorias na qualidade de produção; Conhecimento de alguma forma de associação de micro e pequena empresa; Ponto de vista em relação ao associativismo; Planos para entrar no mercado exterior; Disposição em juntar forças com outras micro e pequenas empresas para exportar; Itens dispostos a compartilhar com outras micro e pequenas empresas e por último. As maiores dificuldades das micro e pequenas indústrias do vestuário.

Outro objetivo da utilização dos dados do questionário é verificar as condições mínimas necessárias para que a cooperativa seja viável, respondendo aos sete questionamentos, apresentados no capítulo 5, item 5.1.

4.2.1.1 Perfil das Indústrias do Vestuário das Micro e Pequenas Indústrias de Florianópolis e São Jose

As indústrias pesquisadas são constituídas como Firms Individuais - FI e Sociedades por cotas de responsabilidade limitada - LTDA, sendo 45,83% e 54,16%, respectivamente. As empresas que não responderam este item representam 20,83%.

O grau de instrução dos sócios ficou assim composto: nas Ltda 30% dos sócios possuem o terceiro grau completo ou em curso, já, nas FI este índice é de 10% dos proprietários. Com o ensino médio, nas Ltdas são 14,51% e nas FI 60%. Com o ensino fundamental com 6% e 10% nas Ltdas e FIs respectivamente.

A concentração do capital social ficou assim distribuída: até R\$ 10.000,00 com 33,33% dos entrevistados, R\$ 10.000,01 até R\$ 20.000,00 com 29,16% e 16,68% entre R\$ 20.000,01 até 80.000,00, não responderam ao item capital social 20,83% das entrevistas.

A média do faturamento bruto das empresas ficou da seguinte forma: 54,16% até R\$ 10.000,00, de R\$ 10.000,01 a 40.000,00 com 25% e de 40.000,01 a 80.000,0 com 12,50%, todavia 8,33% não responderam sobre seu faturamento bruto mensal.

As indústrias com até 10 funcionários representam 83,30%, sendo consideradas como microempresas na indústria e, com 12,50% acima de 11 funcionários que, por sua vez, são consideradas como empresa de pequeno porte na indústria. A grande maioria das empresas possuem um colaborador na administração da empresa que, pela característica das micro e pequenas empresas são administradas pelos sócios ou proprietários, ou seja uma administração familiar e não profissional. Já, a média de colaboradores na produção fica em torno de seis. Somente 4,20% dos entrevistados não responderam a tal item.

Conforme as respostas dos empresários, o volume de negócios é suficiente para que a cooperativa seja viável, devido à diversidade da linha de produtos, ver Tabela 6 a seguir, que vai desde a moda íntima e de praia até a linha esportiva.

Tabela 6 - Produtos Fabricados

| TIPO DE ARTIGO | TOTAL |
|-----------------------|--------------|
| Calças | 13 |
| Vestidos e saias | 13 |
| Camisetas | 11 |
| Camisas | 11 |
| Moletons | 09 |
| Roupas íntimas | 05 |
| Roupas de praia | 04 |
| Acessórios em geral | 04 |
| Casacos/Jaquetas | 02 |

O forte da indústria do vestuário é a confecção em malha e tecidos de algodão, conforme pode-se ver na Tabela 7. Este um item deverá ser exaustivamente debatidos entre os

cooperados, para se obter empenho em desenvolver novos produtos. Os usuários das confecções das indústrias do vestuário pesquisadas nos municípios de Florianópolis e São José estão bem distribuídos, sendo necessário um aumento de produção na linha infantil, ver Tabela 8.

Tabela 7 – Tipo de Confecção

| TIPO DE CONFECÇÕES | TOTAL |
|---------------------------|--------------|
| Em malha | 18 |
| Tecidos de algodão | 13 |
| Outros | 08 |
| Jeans | 02 |
| Não Informou | 01 |

Tabela 8 - Tipo de Usuário

| TIPO DE USUÁRIO | TOTAL |
|------------------------|--------------|
| Moda feminina adulta | 22 |
| Moda masculina adulta | 11 |
| Moda jovem | 11 |
| Crianças | 09 |

O destino final da produção é de 97 % para o mercado interno assim, distribuído nas regiões brasileiras: 3,58% na Região Norte e Nordeste, 7,13% na Região Sudeste e 85,71% na Região Sul, e a Região Centro-Oeste não obteve participação.

Das 24 empresas que responderam ao questionário, 22 não estão exportando, uma não informou e somente uma atualmente vem exportando para o mercado Americano (América do Norte).

As empresas que não exportam alegaram como principais motivos: A falta de pessoal qualificado e com experiência em exportação, e falta de informação sobre mercado externo, ambos com 17 respostas dos entrevistados.

Ficou claro na análise dos dados, que os empresários têm confiança em seus fornecedores quando da entrega da matéria prima num eventual aumento de produção. Apenas

3 responderam que um dos motivos para não exportarem seria a falta de garantia da entrega da matéria prima pelo fornecedor bem como a qualidade, o qual 01 respondeu que a qualidade da matéria prima era um fator para não exportação.

Os empresários acreditam que seus preços são competitivos, têm boa qualidade na produção, têm condições de cumprir os prazos de entrega e possuem um bom controle de qualidade. Ver Tabela 9.

Tabela 9 – Motivos da não exportação

| MOTIVOS | TOTAL |
|--|--------------|
| A falta de pessoal qualificado e com experiência em exportação | 17 |
| Falta de informação sobre mercado externo | .17 |
| Insuficiência de recursos financeiros | 15 |
| Dificuldades burocráticas | 15 |
| Mercado interno absorve a produção | 12 |
| Falta de mão-de-obra especializada na produção | 09 |
| Custos de transporte elevado | 09 |
| Capacidade instalada insuficiente | 09 |
| Deficiência na linha de produção | 09 |
| Não dispõem de produtos com padrões de qualidade | 08 |
| Pedidos muito grande | 08 |
| Horizontes de negócios restritos | 07 |
| Falta de mentalidade exportador da gerência | 07 |
| Dificuldades em cumprir os prazos de entrega | 05 |
| Controle de qualidade deficiente | 05 |
| Falta de qualidade na produção | 04 |
| Preços não competitivos | 04 |
| Falta de garantia da entrega da matéria prima pelo fornecedor | 03 |
| Dificuldades de estratégia de marketing | 03 |
| Qualidade da matéria prima | 01 |
| Não respondeu | 01 |

Somente 25 % das empresas entrevistadas apresentam alguma forma de metodologia para conscientização dos funcionários e na própria qualificação da administração (os sócios e proprietários) quanto à necessidade de melhoria da qualidade de produção, ver Tabela 10.

Tabela 10 – Metodologias utilizadas para conscientizar os funcionários da necessidade da melhoria na qualidade de produção

| Item | Administração | Produção |
|--------------|----------------------|-----------------|
| Reuniões | 07 | 13 |
| Debates | 04 | 09 |
| Palestras | 04 | 05 |
| Cursos | 03 | 04 |
| Vídeos | 02 | 00 |
| Consultorias | 01 | 00 |

A forma de associação de micro e pequena empresa mais conhecida pelos empresários são a Associação da Indústria do Vestuário do Aglomerado Urbano de Florianópolis – ASSINVEST, e, em segundo, a Associação Brasileira do Vestuário – ABRAVEST e a Associação das Micro e Pequenas Empresas. O universo de empresas que afirmaram conhecer alguma forma de associação de micro e pequena empresa representa 45,83%, 50% dos entrevistados não conhece nenhuma forma de associação e 4,17% não responderam.

De acordo com os dados levantados, 62,50% das indústrias acreditam que o associativismo é uma boa alternativa para as micro e pequenas empresas exportarem, 20,84% acreditam que é uma solução para o futuro e 4,16 % demonstraram-se indiferente. Os que são desfavoráveis são 8,34%. Somente 4,16% não responderam a este item.

Quando questionados sobre os planos de entrar no mercado exterior, 33,34% responderam afirmativamente, 20,84% acreditam nesta possibilidade para o futuro, 4,16 % nunca pensaram nesta possibilidade e 20,84% não têm planos para exportar. Porém, quando indagados se estariam dispostos a juntar forças com outras micro e pequenas empresas para competir no mercado externo, 75 % responderam que estariam dispostos a juntar forças, ver

Tabela 11. Somente 25 % não estariam dispostos por falta de confiança, sendo o principal motivo justificado.

Tabela 11 – Itens dispostos pelos empresários em compartilhar com outras micro e pequenas indústrias do vestuário

| ITENS A COMPARTILHAR | TOTAL |
|--|--------------|
| Vendas | 16 |
| Compras | 15 |
| Treinamento dos funcionários | 15 |
| Transporte | 14 |
| Acordos para a melhoria dos negócios | 14 |
| Qualidade de vida dos funcionários | 14 |
| Show Room | 14 |
| Certificação de qualidade | 13 |
| Produção | 11 |
| Processamento (Administração em geral) | 10 |
| Armazenamento | 07 |
| Parque fabril em mesmo espaço físico | 07 |
| Marca comum | 07 |
| Não responderam | 07 |

Conforme depoimentos dos empresários, as maiores dificuldades das micro e pequenas empresas, além das já conhecidas, carga tributária, legislação trabalhista e o capital de giro, são a da falta de mão de obra qualificada e as dificuldades de vendas.

No Anexo D, é apresentada a entrevista com o Sr Aécio Carlos da Costa, empresário da indústria do vestuário de Florianópolis e com o professor e empresário da área de comércio exterior, Hans Kress, Secretário Executivo da Câmara de Desenvolvimento do Comércio Exterior do Estado de Santa Catarina. Professor Kress, um dos pioneiros na atividade do comércio exterior.

5 CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

5.1 Considerações Finais

De acordo com este levantamento de dados, conclui-se que há interesse e necessidade das micro e pequenas indústrias do ramo têxtil da região em estabelecer um trabalho cooperado. Ficou evidente que eles, os empresários, buscam parcerias e acreditam que esta parceria poderá surgir através da cooperativa, para que possam ampliar suas produções. Grande parte ficou interessada na idéia do trabalho.

As diferentes formas de metodologia adotadas pelos órgãos oficiais no controle das empresas e a disponibilidade no fornecimento dos números precisos de Indústrias do Vestuário, havendo vários dados com números diferentes, levou o pesquisador a adotar os dados da RAIS/2001, que mostraram ser os mais transparentes. Um outro ponto observado foi a falta de uma literatura sobre o associativismo entre as micro e pequenas empresas no comércio exterior.

Através do levantamento feito junto aos empresários do setor, verificou-se o interesse destes em adotar medidas para saírem da atual situação em que estão as Indústrias do Vestuário da Microrregião de Florianópolis. Viram, então, na proposta deste trabalho, uma alternativa para o desenvolvimento de seus negócios; entendendo que existe a possibilidade de dividir informações e idéias surgidas sobre as novas técnicas e novos produtos, auxiliando o conjunto. Ficou claro nos resultados obtidos na pesquisa, quando da resposta aos questionário, que os empresários têm interesse em juntar forças com outras micro e pequenas empresas para a exportação. Quando perguntados se têm planos para entrar no mercado exterior, 91% responderam que não, mas quando perguntados se estariam dispostos a juntar forças com outras micro e pequenas empresas para exportar, 75% responderam que sim. Estes dados confirmam o interesse de organizar uma cooperativa.

A formação de uma cooperativa de exportação possibilitará às micro e pequenas indústrias um aumento de produtividade, novos nichos de mercado, serviços de venda e um menu de opções de mercado. Porém o sucesso dependerá de uma conscientização profunda de todos os interessados, com muito trabalho, sacrifícios, abnegação e investimentos. Os empresários deverão passar por uma formação sobre cooperativismo, entender realmente o espírito de cooperar, devendo sempre ser aplicados, pelos futuros cooperados, os ideais dos 28 tecelões de Rochdale e o comprometimento com a coletividade.

Num certo momento da pesquisa houve um desabafo de um dos entrevistados que merece registro. Dizia ele: *“Tá na hora de mudar esta mentalidade de individualismo dos empresários, temos que nos unir, temos que parar com esta concorrência desleal”*. Isto mostra mais uma vez a necessidade do trabalho cooperado, não só na indústria do vestuário, mas também em outros ramos de atividade industrial.

Hoje, a tendência mundial é o associativismo, pois sozinho não se chega lá. Há muitos obstáculos a serem transpostos. Com a oscilação da economia brasileira, as micro e pequenas empresas são as primeiras a sentirem os efeitos dessa oscilação no mercado financeiro e não sabem se adaptar a estas mudanças da economia brasileira. Estão perdidos e necessitando de ajuda para poder sobreviver.

Mediante a aplicação do questionário e a tabulação dos dados, podemos avaliar as condições mínimas necessárias para que uma cooperativa seja viável, respondendo aos sete questionamentos aqui propostos:

Primeiro questionamento: A necessidade é sentida por todos os interessados? Sim, os empresários sentem a necessidade de cooperação entre as micro e pequenas indústrias de vestuário.

Segundo questionamento: A cooperativa é a solução mais adequada? Sim, a principal questão de uma cooperativa são os princípios e normas que regem o associativismo cooperado, todos os cooperados têm seus direitos e deveres respeitados e a cumprir.

Terceiro questionamento: Já existe alguma cooperativa na redondeza que poderia satisfazer aos interessados? Nos moldes da proposta deste trabalho não há, porém é relatado um modelo japonês, que mostrou ser muito eficiente para a micro e pequena empresa, que teve um papel fundamental na reestruturação econômica daquele país.

Quarto questionamento: Os interessados estão dispostos a entrar com o capital necessário para viabilizar a cooperativa? Sim, com a formação de uma cooperativa, os empresários terão que integralizar suas cotas para a formação da mesma. Com as transações comerciais operadas pela cooperativa, ela terá recursos financeiros próprios.

Quinto questionamento: O volume de negócios é suficiente para que os cooperados tenham benefícios? Sim, pois nem todas as indústrias pesquisadas estão operando em 100% de sua produção, podendo, assim, aumentar suas produções e garantindo um retorno financeiro.

Sexto questionamento: Os interessados estão dispostos a operar integralmente com a cooperativa? Sim, porém deverá haver uma conscientização dos cooperados para realmente trabalharem juntos.

Sétimo questionamento: A cooperativa terá condições de contratar pessoal para administrá-la e fazer a contabilidade? Sim, pois os custos serão rateados por todos. Este foi um ponto fundamental para a provável aceitação desta proposta, pois, trabalhando isolados, não teriam condições de bancar tal custo.

O desenvolvimento deste trabalho apresentou instrumentos para estudos de relevante valor para o ramo do vestuário, permitindo sua aplicação em outros ramos de atividade, e trazendo, também, sugestões para futuros trabalhos científicos, as quais apresentamos a seguir.

5.2 Sugestões para Futuros Trabalhos

Na realização do mapeamento das Indústrias do Vestuário na Microrregião de Florianópolis, observou-se uma alta taxa de mortalidade dessas indústrias, cabendo um estudo aprofundado, visando a depuração dos motivos de tal ocorrência, para que futuros e atuais empresários não venham a cometer os mesmos erros.

Outro ponto observado durante as entrevistas junto à classe empresarial do ramo do vestuário, foi a constante reclamação quanto à falta de mão-de-obra qualificada na região, trazendo nova possibilidade de estudo sobre a qualificação da mão de obra especializada, estudo relevante para a indústria do vestuário.

Por fim, há a necessidade de uma estratégia de venda. Os empresários sabem muito bem produzir seus artigos, mas na hora de vender, eles não sabem como faz. Um estudo mais aprofundado para apresentação de alternativas de vendas é fundamental para o desenvolvimento das micro e pequena indústrias.

REFERÊNCIAS

- ATKINSON, Anthony et. al. **Contabilidade gerencial**. Tradução de Olímpio Mosselman du Chenoy Castro, Revisão Técnica Rubens Fama, São Paulo: Atlas, 2000.
- BARROS, Frederico Robalinho de. **Pequena e média empresa e política econômica: um desafio à mudança**. Rio de Janeiro: Apec, 1978.
- BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. **Comentários à constituição do Brasil: Promulgada em 1988**. São Paulo: Saraiva, 1988.
- BATALHA, Mário Otávio. **Análise da estrutura organizacional das pequenas e médias indústrias catarinenses** dissertação de mestrado na Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Tecnológico, 1989.
- BAUMANN, Renato, (org.) **O Brasil e a Economia Global**. Rio de Janeiro: Campus SOBEET, 1996.
- BENETO, João Vitorina. **O ABC do cooperativismo**. São Paulo, maio 1994, 131p.
- BOSSLE, Ondina Pereira. **História da Industrialização Catarinense: das origens à integração no desenvolvimento brasileiro**, Florianópolis: CNI/FIESC, 1988.
- CARNEIRO, J. M. A. **Temas de Sociologia da Educação**. Rio de Janeiro: ATHENEV, 1982.
- CASOROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luiz Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**. Estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1998.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um novo negócio?**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Texto na íntegra, com índice alfabético de assuntos. Constituição de 1988. 8. ed., São Paulo: Ática, 1991.
- DE MORI Flavio, (org.) **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998. 256 p.

DRIMER, Alicia K. **Las cooperativas**: fundamentos, historia, doctrina. Buenos Aires: Intercoop Editora Cooperativa Limitada, 1981.

DRUCKER, Peter F. **Administrando para o Futuro**. os anos 90 e a virada do século. Tradução de Nivaldo Montigelli Jr. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

FERREIRA, Aurélio B. H. **Minidicionário da Língua Portuguesa**, 3. ed. Revista e ampliada, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FIESC – Federação da Indústria do Estado de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.fiescnet.com.br>> Acessado em 12 dez. 2001 .

FLORES, Aldo da Silva. **Modelo de cooperativa para o aprimoramento do ensino, pesquisa e extensão da atividade contábil em universidade brasileira**. Dissertação de Mestrado da Universidade Federal de Santa Catarina, PPEPS, 2002.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade industrial**: com apêndice de contabilidade agrícola, 9º Ed., São Paulo, Atlas, 1991.

FRANCO, Homero Milton. **Comunicação e educação cooperativista**. Imprensa da UFSC, SC, 1985.

FUHRER, Maximilianus C. Américo. **RESUMO DE DIREITO COMERCIAL**. Coleção resumos 1. 13. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1994.

GOEDERT, Adriano Rogério. Redes de inovação tecnológica para pequenas e médias empresas: um estudo exploratório para o setor apícola catarinense. **Dissertação de mestrado em engenharia de produção**. Florianópolis: UFSC, 1999.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Santa Catarina – terra de Oportunidade**. Florianópolis: Mares do Sul, 2000.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA, Secretaria de Estado de Coordenação Geral de Planejamento, Subsecretaria de Estudos Geográficos e Estatísticos. **ATLAS ESCOLAR DE SANTA CATARINA**. Rio de Janeiro, Aerofoto Cruzeiro, 1991.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. Centro de Assistência Gerencial CEAG/SC. **Evolução Histórica – Econômica de Santa Catarina**: Estudo das Alterações Estruturais (Século XVII – 1960). Florianópolis: CEAG/SC, 1980.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Constituição do estado de Santa Catarina de 1989**. Florianópolis, Assembléia Legislativa. IOESC, 1989.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Integração ao MERCOSUL. Diretoria de Geografia, Cartografia e Estatística/Gerência de Análise Estatística. **Anuário estatístico de santa catarina 2000**. v. (1994/95/96/97) – Florianópolis: IOESC, 2001.

HARRINGTON, H. Janes. **Aperfeiçoando Processos Empresariais**: Estratégia revolucionária para o aperfeiçoamento da qualidade, da produtividade e da competitividade. Tradução Luiz Liske, Revisão Técnica: Luciano Saboia Lopes Filho. São Paulo: Makron Books, 1993.

HARTUNG, Alcyr Peters. **O Cooperativismo** ao alcance de todos. Trabalho originalmente elaborado pela assessoria de comunicação da OCESC/ITEC, Florianópolis, 1999.

HENDRIKSEN, Eldon S. BREDÁ, Michael F. Uan. **Teoria da Contabilidade**. Tradução de Antônio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

HOLYOAKE, Georges Jacob. **Os 28 Tecelões de Rochdale**. Tradução Cooperativa dos vegetarianos da Guanabara: Fon Fon Seleta, 1972.

IIDA, Itiro. **Pequena e média empresa no Japão**. São Paulo: Brasiliense (Brasília): Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1984.

JUCESC - Junta Comercial do Estado de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/jucesc>>. Acesso em: 07 mar. 2002.

JUCESC – Junta Comercial do Estado de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/jucesc>>. Acesso em: 23 nov. 2001.

KAPLAN, Robert S.; COOPER, Robin. **Custo e desempenho**: administre seus custos para ser mais competitivo. Tradução de O.P. Traduções. São Paulo: Futura, 1998.

LABATUT, Ênio Neves. **Política de comércio exterior**. São Paulo: Aduaneiras, 1994.

LEZANA, Álvaro G. Rojas. **Empreendedorismo**. Apostila do Programa de Pós- Graduação em Engenharia de Produção e Sistema, UFSC: Florianópolis, 2000.

LINS, Hoyêdo Nunes. **Reestruturação Industrial em Santa Catarina: Pequenas e médias empresas têxteis e vestuaristas catarinenses perante os desafios dos anos 90.** Florianópolis: UFSC, 2000.

LONGENECKER, Justin G. **Administração de pequena empresa.** São Paulo: Makron Books do Brasil, 1997.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

MARTINS, Celso. **Tabuleiro das águas: resgate histórico e cultural de Santo Amaro da Imperatriz.** 2. ed. Florianópolis: Recriar, 2001. 408p.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing.** Edição compacta. Atlas, 1996.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comext>> Acesso em: 23 jan. 2002.

MTB – Ministério do Trabalho. Disponível em: <<http://www.mtb.gov.br/rais>> Acesso em: 21 mar. 2002.

OCB – Organização das Cooperativas Brasileira, **Organização do Quadro Social em Cooperativas.** 3. ed. Brasília: OCB, 1991.

_____. Núcleo de Bancos de dados da OCB. Disponível em: <<http://www.ocb.org.br/estatistica>>. Acesso em 23 jan. 2002.

_____. **O cooperativismo brasileiro.** Brasília: OCB, 1990.

_____. **O cooperativismo internacional.** Brasília: OCB, 1990

OCESC - Organização das cooperativas do Estado de Santa Catarina. **Organização do quadro social.** Florianópolis: Equipe de Assessoria, 2000.

OCESC – Organização das cooperativas do Estado de Santa Catarina. **ORIENTAÇÃO PARA CONSTITUIÇÃO DE COOPERATIVA.** Florianópolis/SC, 1999.

OCESP – Organização das Cooperativas do Estado São Paulo. Disponível em: <<http://www.ocesp.org.br>>. Acesso em 23 fev. 2002.

OLIVEIRA, Nestor Braz de. **Cooperativismo**: Guia Prático. Porto Alegre, Fundação para o Desenvolvimento de Recursos Humanos, 1979. 280p.

PELUSO JÚNIOR, Victor Antônio. **Aspectos Geográficos de Santa Catarina**. [Organizado pela coordenadoria do programa de pós-graduação em geografia] Florianópolis: FCC/UFSC, 1991.

PIAZZA, Walter F., HUBENER, Laura M. **Santa Catarina**: história da gente. 5. ed. Revisada e ampliada. Florianópolis: Lunardelli, 2001

PINHO, Diva Benevides. **Doutrina Cooperativa**. São Paulo: DAC/SAESP/INESP, 1976.

POLONIO, Wilson Alves. **Manual das Sociedades Cooperativas**. 2. ed.. São Paulo: Atlas, 1999.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 19. ed, v. 2, 1993.

RIBAS JUNIOR, Salomão. **Retratos de Santa Catarina**: Concursos e Vestibulares, aspectos Históricos, Geográficos, Políticos, Constitucionais, Econômicos e Sociais. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1998.

RICCIARDI, Luiz e LEMOS, Roberto Jenkins. **Cooperativa, a Empresa do Século XXI**: Como os países em desenvolvimento podem chegar a desenvolvidos. São Paulo: LTr, 2000.

ROCHA, Angela, (org.). **Gerência de Exportação no Brasil**. São Paulo: Atlas/Rio de Janeiro: UFRJ, 1987. (Coleção COPPEAD de Administração).

SANTOS, J. Sousa. **Prepare-se para exportar**. Brasília, DF: JSS Consultoria e Empreendimentos, 2000.

SDE/SC - Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Integração ao Mercosul. Home page oficial. Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/websde>>. Acesso 23 set 2001.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. Disponível em: <<http://www.sebrae.sc.org.br>>. Acesso em: 23 nov. 2001.

SOLOMON, Steven. **A Grande Importância da Pequena Empresa**: A Pequena Empresa nos Estados Unidos, no Brasil e no Mundo. Tradução de M. R. da Cruz, Editora Nórdica Ltda. Rio de Janeiro, 1986.

SRF - SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acesso em: 12 fev. de 2002.

TOMELIN, Leticia Búrigo. **A formação de consórcios de exportação em Santa Catarina**. Dissertação de mestrado em engenharia de produção. Florianópolis: UFSC, 2000.

WALLERSTEIN, Immanuel. **El sistema mundial**, Siglo XXI editores, México, 1984, v. I e II

ANEXOS

ANEXO A - RAMOS DO COOPERATIVISMO BRASILEIRO

Devido à expansão do Cooperativismo Brasileiro, em 1993 a OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras modificou a nomenclatura dos Ramos do Sistema Cooperativo Brasileiro, adaptando-a à nova realidade nacional. Dos ramos existentes foram reconhecidos os seguintes:

Agropecuário: constituído por cooperativas de qualquer cultura, criação rural, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DOS PRODUTORES DE ...;

Consumo: constituído por cooperativas de abastecimento, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE CONSUMO ...;

Crédito: constituído por cooperativas de crédito rural e urbano, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE CRÉDITO RURAL ... ou COOPERATIVA DE ECONOMIA E CRÉDITO MÚTUO...;

Educacional: constituído por cooperativas de alunos de escola agrícola e cooperativas de pais de alunos, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DOS ALUNOS DA ESCOLA ... ou COOPERATIVA DE PAIS...;

Especial: constituído por cooperativas não plenamente autogestionadas, formadas por pessoas de menor idade ou relativamente incapazes, necessitando de um tutor para o seu funcionamento, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE ALUNOS DA ESCOLA... ou COOPERATIVA DE DEFICIENTES MENTAIS... etc.

Habitacional: constituído por cooperativas de construção, manutenção e administração de conjuntos habitacionais, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA HABITACIONAL... .

Mineral: constituído por cooperativas de mineradores, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE MINERADORES DE PEDRAS PRECIOSAS... ou COOPERATIVA DE MINERADORES DE... etc .

Produção: constituído por cooperativas, nas quais os meios de produção, explorados pelo quadro social, pertencem à cooperativa e os cooperados formam o seu quadro diretivo, técnico e funcional, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA PRODUTORA DE ELETRODOMÉSTICO ... ou COOPERATIVA PRODUTORA DE ... etc.

Saúde: constituída por cooperativas de médicos, odontólogos, psicólogos e atividades afins, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE MÉDICOS... ou COOPERATIVA DE ODONTÓLOGOS... ou COOPERATIVA DE PSICÓLOGOS... ou COOPERATIVA DE USUÁRIOS DE SERVIÇOS MÉDICOS E AFINS... etc. .

Energia, Telecomunicação e Serviços: constituído por cooperativas que têm como objeto primordial prestar coletivamente um serviço de que o quadro social necessita, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DE ELETRIFICAÇÃO RURAL... ou COOPERATIVA DE LIMPEZA PÚBLICA... etc..

Trabalho: constituído por cooperativas de profissionais que prestem serviços a terceiros, cuja denominação deve ser: COOPERATIVA DOS TAXISTAS... ou COOPERATIVAS DE ARTESÃOS... etc..

ANEXO B - PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO

Conforme FRANCO (1985), os princípios que vigoram de 1995 até os dias de hoje são os seguintes:

1º – Da livre e aberta adesão dos sócios – As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas interessadas em utilizar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades da sociedade, sem discriminação social, racial, política, religiosa e sexual (de gênero).

2º – Gestão e controle democrático dos sócios – As cooperativas são organizações democráticas controladas por seus associados, que participam ativamente na fixação de suas políticas e nas tomadas de decisões. Homens e mulheres, quando assumem como representantes eleitos, respondem pela associação. Nas cooperativas de primeiro grau, os sócios têm direitos iguais de voto (um sócio, um voto) e cooperativas de outros graus são também organizadas de forma democrática.

3º – Participação econômica do sócio – Os associados contribuem equitativamente e controlam democraticamente o capital de sua cooperativa. Ao menos parte desse capital é, geralmente, de propriedade comum da cooperativa. Os associados em geral recebem benefícios limitados pelo capital subscrito, quando houver, como condição de associação. Os sócios destinam as sobras para algumas das seguintes finalidades: desenvolver sua cooperativa, possibilitando a formação de reservas, em que ao menos parte delas sejam indivisíveis; beneficiar os associados na proporção de suas transações com a cooperativa; e sustentar outras atividades aprovadas pela sociedade (associação).

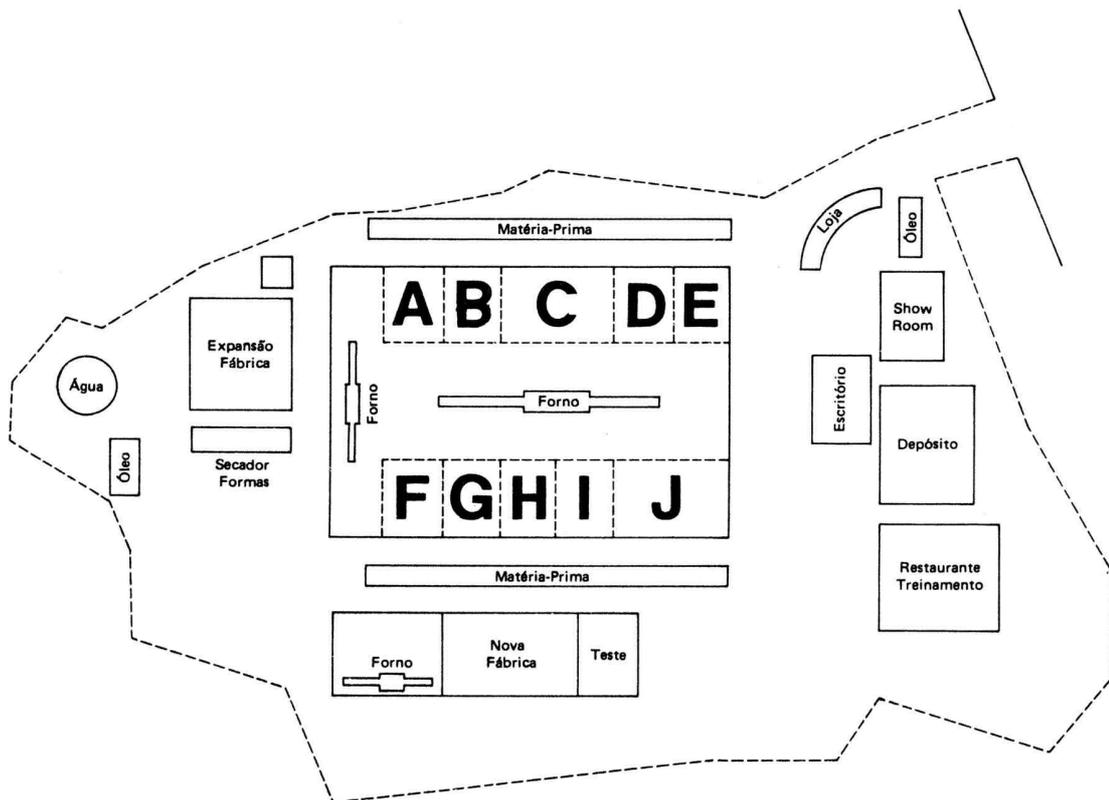
4º – Autonomia e independência – As cooperativas são autônomas, organizações de auto-ajuda, controladas por seus membros. Nas relações com outras organizações, inclusive governos, ou quando obtêm capital de fontes externas, o fazem de modo que garantam o controle democrático pelos seus associados e mantenham a autonomia da cooperativa.

5º – Educação, treinamento e informação – As cooperativas fornecem educação e treinamento a seus sócios, aos representantes eleitos, aos administradores e empregados, a fim de que eles possam contribuir, efetivamente, para o desenvolvimento de sua cooperativa. Eles informam o público em geral – particularmente os jovens e líderes de opinião – sobre a natureza e os benefícios da cooperação.

6º – Cooperação entre as cooperativas – As cooperativas servem seus associados mais efetivamente e fortalecem o movimento cooperativista, trabalhando juntas através de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

7º – Interesse pela comunidade – As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentável de suas comunidades através de políticas aprovadas por seus associados.

ANEXO C - ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE CERÂMICA EM ARITA, COM DEZ EMPRESAS LOCALIZADAS DENTRO DE UM ÚNICO GALPÃO INDUSTRIAL, COM UTILIZAÇÃO COMPARTILHADA DE EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS, MAS COM ACABAMENTOS FEITOS, INDIVIDUALMENTE, PELAS EMPRESAS A, B, C, D, E, F, G, H, I E J (ÁREA HACHURADA).



Arita é uma cidade de 150 000 habitantes, situada na Ilha de Kyuhu, ao sul do Japão, e produz cerâmica desde 1615, sendo que 80% da população se dedicam à indústria cerâmica e negócios correlatos.

15 anos atrás, 10 pequenos produtores de cerâmica em Arita resolveram fundar uma cooperativa para racionalizar a sua produção, embora cada empresa desejasse conservar a sua individualidade, pois determinadas empresas produziam alguns produtos exclusivos, que eram famosos. Basicamente, a definição por esse cooperativismo foi motivada pelos seguintes problemas:

- As instalações de cada empresa eram precárias, não havia possibilidade de expansão porque Arita fica situada dentro de um vale e os terrenos são supervalorizados.

- b) Os equipamentos utilizados (fornos) eram obsoletos e de baixa produtividade.
- c) As condições de trabalho eram precárias, não havia refeitório e nem área de lazer para os empregados, e, devido a isso, estavam encontrando dificuldades em recrutar mão-de-obra, principalmente entre os jovens, que preferiam trabalhar em fábricas mais modernas.

As 10 empresas então se juntaram para formar uma Cooperativa de Negócios Compartilhados, e encontraram um terreno razoável, situado num município vizinho de Arita. Fizeram o projeto de um galpão, onde seriam instaladas todas as 10 empresas, sob o mesmo teto, (...), com parte central ocupada com o depósito de materiais, mistura da matéria-prima e forno para queima. Essa parte central seria de uso comum, e as empresas individuais se instalariam nas partes laterais, mantendo-se a individualidade nos acabamentos. Além disso, previram outras facilidades em comum, como transporte de ônibus, refeitórios, escritórios, *show-room*, centros de treinamentos e de lazer.

A cooperativa conseguiu financiamento do governo para adquirir o terreno e construir a fábrica. Foram gastos US\$ 175 mil nas novas instalações, sendo 80% financiados pelo governo. Foi estipulada uma quota mensal para cada empresa, para amortização do financiamento, proporcional à área ocupada por cada empresa. A cooperativa administra as partes em comum, havendo uma taxa para ocupação de misturadores de argila, fornos e outras facilidades comuns. Além disso, cada empresa contribui com uma mensalidade para manter certos serviços, que não são rateados.

Após a mudança, com a racionalização da produção e modernização da administração, as vendas totais das 10 empresas aumentaram em 14 vezes, se comparadas com a situação anterior, enquanto a mão-de-obra aumentou somente 2 vezes. Isso foi devido, principalmente, à redução dos custos operacionais, melhoria da qualidade e promoção das vendas em conjunto”. Fonte: IIDA (1984, p. 141 e 142)

ANEXO D - ENTREVISTA COM EMPRESÁRIO AÉRCIO CARLOS DA COSTA E COM O PROFESSOR E EMPRESÁRIO HANS KRESS

Para a primeira entrevista com o Sr Aécio Carlos da Costa, empresário da indústria do vestuário de Florianópolis, primeiramente foi apresentada a proposta de formação de uma cooperativa de exportação para micro e pequena indústria do vestuário, caso da Microrregião de Florianópolis., e, durante seus comentários, houve interferência deste pesquisador com formulações de outras indagações.

“E mais ou menos a área de atuação nossa (...), eu estou envolvido com processo de associativismo com os microconfeccionistas há cerca de uns dez anos. Nesses dez anos eu percebo(...) várias mudanças na economia brasileira, que acabam prejudicando(...) e um setor que fica muito a mercê dos pontos negativos de uma economia, ela a primeira a sentir(...), eu acho que 99% das vezes, nós não estamos preparados, (...) para montar uma estratégia (...)Então, estamos pensando em buscar alternativas de vendas, o nosso maior problema hoje são vendas. (...) esporadicamente temos participado de alguns eventos na Europa, América do Sul,(...), mas quando as pessoas voltam e eu procuro conversar e buscar alguma coisa interessante (...) percebemos que em muitas das vezes (...) nossos produtos (...) são muito bem aceitos (...), tenta-se criar alguma coisa (...), esbarra em uma situação que é verdadeira do microempresário. Hoje, eu tiro por mim, minha fábrica está nesta pasta, eu tenho que ir ao banco, eu tenho que cobrar, eu tenho que vender, eu tenho audiência trabalhista, eu tenho que atender um representante, eu tenho que atender o fiscal (...) Então o foco seu é para resolver estes problemas,(...) Principalmente quando você tem problemas financeiros, você tem que estar correndo, então o trabalho de estratégia, desenvolvimento de canal de mercado, fica em segundo até em terceiro plano”.

Esta minha proposta vem na hora certa? *“Mas olha, não tenhas dúvidas”.*

A alternativa seria então, a formação de uma cooperativa? Contrata-se um profissional gabaritado nesta área e libera os empresários dessa função?

“Exatamente. Nessas idas ao exterior, eu tenho percebido que o associado volta com muito entusiasmo, que ele aprende muita coisa, metodologia de produção. Ele quer aplicar, mas não consegui, por falta de tempo e por falta de uma seqüência de informações,(...) então, o primeiro passo: legislação comercialização, legislação aplicada num produto, porque desconhecemos a legislação lá, se desconhecemos o processo de exportação aqui interno, imagine lá fora (...) De tudo, esta é a nossa maior preocupação, a nossa maior dificuldade. Produto nós temos, qualidade temos, e preço temos (...), eu me interessei e me assanhei (...),

em tentar exportar para Portugal, e mandei buscar alguns catálogos, e percebi que nos catálogos havia algumas informações, tipo: tamanho do gavião, gavião é a parte entre as pernas,(...) eu fiquei pensando, será que essa informação ela existe decorrente de uma necessidade ou de uma força de lei? (...).Então, todo este aspecto temos que estar informados para poder adequar o produto à venda lá. (...) O aspecto é físico de uma pessoa porque, principalmente quem faz a linha praia, é o padrão brasileiro é um, o padrão, talvez, português seja outro e por aí afora Então essa sua idéia se encaixa nas nossas necessidades. (...) uma pesquisa, um trabalho, que demanda custos e que demanda tempo.(...) este aspecto Exportação, eu acho que tem que se fazer alguma coisa sobre isso”.

No Japão há várias cooperativas formadas por micro e pequenas empresas, um exemplo é a região de Arita.

“Veja só, não sei em que região da Itália, que me falaram outro dia, que é considerada a maior exportadora, do planeta, de luvas, (...) de couro, nessa região não existe nenhuma empresa de ponta, são todas as empresas literalmente de “fundo de quintal”, então são estas informações que nos fascina (...) temos um monte de pequenas empresas que, realmente, também são de “fundo de quintal”.

A próxima entrevista é com o professor e empresário da área de comércio exterior, Hans Kress, Secretário Executivo da Câmara de Desenvolvimento do Comércio Exterior do Estado de Santa Catarina. Hans foi um dos pioneiros na atividade do comércio exterior. A entrevista foi feita em forma de perguntas e respostas.

1) Quais as dificuldades de se implantar um programa de comércio exterior para micro e pequena empresa da indústria em Santa Catarina?

Resposta *“Existem diversas dificuldades, mas a principal é a mentalidade, falta de mentalização dos micro e pequenos empresários na experiência do comércio internacional. O isolamento é uma característica latina, principalmente brasileira. Os empresários se isolam muito, não confiam nas associações, não abrem nada na sua indústria, não se unem porque temem a concorrência e a falta de ética. Esta é uma das dificuldades, a maior dificuldade. Existem outras, como a financeira, em que o empresário não tem fôlego suficiente para cobrir tanto as exigências financeiras, como de recursos humanos, enfim de todas as óticas, para poder conquistar uma parcela do mercado externo, porque não é como no mercado interno. Há necessidade de material, catálogo em outras línguas, ou em outros idiomas, tem que dominar outros idiomas se for para fora, para poder fazer as negociações. Ou ter alguém que faça isso, e um profissional bom é caro, tem muitos aventureiros que se dizem*

profissionais e que tapeiam. Então, na verdade, o empresário fica desconfiado, tem sempre que pesquisar e pegar profissionais com recomendações e de confiança “.

2) Que tipo de habilidades os empregados desta empresa precisam ter? Como eles estão preparados? E os empresários?

Resposta *“Os empregados são classificados de várias formas, pessoal administrativo, de produção e dentro da produção há vários funcionários, como gerentes, administradores. Em termos gerais, se uma empresa deseja exportar ela precisa mentalizar todos, desde o diretor até o office-boy. Precisa ter, para tanto, pessoal habilitado e comprometido. Precisa ter o comprometimento dos funcionários e estarem preparados e motivados para exportar, para fazer um produto de qualidade para o mercado externo, nas exigências do mercado externo, porque é diferente do nosso aqui. A qualidade é um dos pressupostos, o preço tem que ser competitivo e a entrega tem que ser sempre no prazo estipulado, e, no comércio exterior, não pode mentir, não se pode assumir qualquer compromisso que depois não se possa honrar. E, se isso ocorre, normalmente, acaba se perdendo o cliente e o mercado como um todo. Tem que cumprir o que prometeu, mesmo com prejuízo. Um exemplo: você tem uma mercadoria no porto, mas o navio contratado não pegou esta mercadoria e o próximo não iria chegar a tempo. Você deve mandar a mercadoria, ou pelo menos parte dela, via aérea. Este frete deve ser pago pelo exportador, já que o cliente não tem culpa, nem o importador, mas a responsabilidade é do exportador. Ele não deve repassar essa diferença ao cliente, no máximo, cobrar o valor do frete marítimo e arcar com a diferença. Muitas empresas ganharam confiança e prestígio agindo dessa maneira”.*

3) Que tipo de relacionamento existe entre as empresas que exportam?

Resposta *“Existem empresas de diversos setores e segmentos. Do mesmo segmento se elas estão consorciadas existe um tipo de relacionamento, se elas são concorrentes, existe outro tipo de relacionamento. Há princípios de concorrência, porém com respeito, às vezes têm clientes que são os mesmos e o mercado também, mas existem muitos mercados. Às vezes nem se sabe se tem concorrência com o cliente e com o mercado. As grandes corporações se respeitam, e as micro e pequenas empresas devem se consorciar para conseguir uma força maior”.*

4) Como funciona a exportação.

Resposta *“Primeiro lugar tem que saber se o seu produto é adequado ao mercado pra onde você quer exportar. Para saber, terá que fazer uma pesquisa de mercado, e onde ele vai fazer, em que mercado, então primeiro ele tem que pesquisar. Você tem uma estrutura, se não*

tem vai ter que montar, você tem produção que chega, tem capacidade, seu produto é moderno tecnologicamente, são questões que se deve analisar, para saber se a sua empresa está pronta para exportar. Segundo, se o produto pode concorrer no mercado internacional, se isso for viável, tem que ver em que mercado pode ser feita a pesquisa e depois de selecionado e pesquisado o mercado, deve saber se tem concorrência naquele mercado, qual é a possibilidade do seu produto ainda poder entrar naquele mercado, ou, ainda, se a concorrência é tão grande que não há viabilidade. Tem que ver se tem nicho naquele mercado, tem que pesquisar os concorrentes do mercado. Além disso, se o seu produto precisa de assistência técnica, como que funciona a assistência técnica, pode fazer dando desconto em nota, para que eles assumam a assistência lá, você apenas manda as peças que eles compram ou se você tem que montar uma assistência técnica no local, para prestar a assistência, para a rede de distribuição, quem são os distribuidores, se é o importador direto que distribui ou se existe representantes intermediários. Qual é a legislação que reina naquele mercado e qual é a alíquota de importação para o seu produto. Tudo isso deve ser pesquisado antes, além disso qual é seu preço em relação ao concorrente, se você tem um preço para poder competir. Então, há uma gama enorme de questões a serem analisadas, respondidas e questionadas para tomar a decisão de exportar pra lá ou não. Isso não é serviço para amador. Exportação não é trabalho para amador. Se alguém quiser trabalhar com amadores ele vai pagar muito mais caro e não vai ter sucesso. E hoje exportar é uma questão de sobrevivência das empresas. Qualquer negócio tem riscos, então a exportação tem riscos, os mesmos riscos que o mercado interno, talvez até maiores um pouco, dependendo de como se exporta. Agora, ela pode ter menos riscos, às vezes, porque a carta de crédito que você recebe, você checando todas as exigências da carta de crédito você recebe o dinheiro à vista, se entregar a documentação, no seu banco. Esse é um risco menor porque no mercado interno existe muita inadimplência, mas, se você vender sem carta de crédito, tem que pensar que o cliente tem que honrar o compromisso, ele até pode honrar, mas o país dele, que não é o caso da Argentina no momento, não consegue honrar. O que acontece? Você fica a ver navios, vai correr atrás. Aí existe o seguro de entrega de exportação, que você pode fazer, ele custa um percentual da sua exportação, mas é correr menos riscos. E, se tiver a carta de crédito, é seguro, então, praticamente não há risco algum”.

5) Qual o meio de transporte com menor custo? E qual é este custo?

Resposta *“Depende de onde for, você pode ter o marítimo que é o de menor custo, mas é o mais lento. Você tem o aéreo é o mais rápido e o mais caro. O de trem é relativamente barato e depende de onde for, no nosso caso aqui ele não tem muita utilização. O rodoviário*

é relativamente rápido e não é tão caro assim, se bem que para outros países ele se torna um pouco dispendioso. O marítimo é o mais barato entre todos, agora existem lugares na América Latina, onde o marítimo não se aplica, países como Argentina, Uruguai, pode mandar via marítima, mas o mais rápido é o rodoviário e, ainda, acredito que fique mais barato que o marítimo, porque vai de porta em porta, porque a mercadoria iria chegar no porto e lá tem as taxas e tudo, depois o transporte interno, então, nesse caso, o rodoviário é mais indicado. Nem sempre o mais barato se torna o melhor, já para grandes distâncias o marítimo se torna a melhor e mais barato, onde tenha porto”.

6) Há alguns autores que afirmam que o consórcio de exportação no Brasil apresenta mais fracasso do que sucesso. Qual a sua opinião?

Resposta *“É verdade, como disse, falta cultura exportadora e, principalmente, os micro e pequenos empresários têm que se unirem, têm que confiar um no outro. Além dos consórcios, podemos falar das trading, elas começaram a surgir na década de 70, inclusive, com base nas tradings japonesas, só que as brasileiras surgiram pelas facilidades financeiras que impulsionavam o governo a exportar. Acontece o seguinte: a comercial exportadora ou uma trading tem que ser comercial e não financeira, e quando começou a crise do petróleo, nosso modelo de exportação esgotou-se e surgiu um novo modelo, exatamente o de comercialização, de conseguirmos clientes e mercado a médio e longo prazo, mais consistentes e que fossem nossos clientes não pelo setor financeiro, mas sim pelo produto e pela comercialização. Um outro erro é que nós selecionamos mal o mercado, porque nós vemos aqui perto a Argentina e outros mercados latino-americanos que estavam piores do que nós, ao invés de irmos onde estava o dólar, isso influenciando no fracasso das trading, das comerciais exportadoras, além da legislação”.*

7) Qual o seu ponto de vista em relação ao associativismo?

Resposta *“Eu acho excelente, é uma das necessidades imprescindíveis, principalmente no Brasil. Por exemplo, nós temos um universo de empresas de 100%, apenas 5% são de grandes ou médias empresas, 95% é o universo das micro e pequenas empresas. Desses 95% apenas 1,79% exporta, Santa Catarina 2,6%. Se de 95% de todo Brasil, SC lidera aí entre os primeiros, nós temos um enorme universo a ser explorado e conquistado. Na Itália, 85% são micro e pequenas empresas que exportam, e em associações e consórcios. Alguns informais, às vezes, mas todos eles canalizam a sua produção para a exportação”.*