

Órgão de comunicação da AGL e COOPLIB

Cadeia do Leite é o único jornal brasileiro dedicado à produção, processamento, comercialização e consumo do leite. A divulgação de notícias relevantes e a visão sistêmica do setor são a nossa missão. Produtores, profissionais, técnicos, dirigentes, laticinistas, indústrias, cooperativas e associações poderão receber o jornal sem custo. Cadastre-se e entre em contato conosco.



Presidente:

Ernesto Enio Budke Krug

Vice-Presidente:

Paulo Leonel da Rosa

1ª Secretária:

Roseli Henz

2ª Secretário:

Oswaldo Brunetto

1º Tesoureiro:

Osmar Redin

2ª Tesoureira:

Maria Cristina Schneider

Coselheiros:

Darci Pasinato, Ovidio Rijo Morales e

Aléssio Eynng

Suplentes:

Amado Mendez, Marcelo Roesler e

Gilberto Moraes

Diretor Cultural:

José Luiz Ipar Právia

Diretor Social:

Paulo Azevedo

(51) 3227.86.45/ 8427.50.80

agls@ig.com.br

www.agl.org.br



Presidente:

Ernesto Enio Budke Krug

Vice Presidente:

Osmar Redin

Secretário:

Walter Eichler

Conselho de Administração:

Andrea Urack Krug, Dione Francisco,

José Pretto, Márcia Techiello Andrés,

Marco Antonio Fernandes Vieira

Conselho Fiscal:

Graziela Loureiro Di Napoli, Filipe Humbert

Teixeira e Igor Flores de Oliveira

Suplentes:

Artur de Oliveira Braz, Luiz Antonio Ribeiro

Jacondino e Maristela Vieira da Gama

Secretária:

Rosângela Vier

(51) 3018.17.47/ 8427.50.90

cooplib@cooplib.com.br

www.cooplib.com.br

Coordenadora AGL/ Cooplib:

Andrea Urack Krug

andreaurack@yaho.com.br

Coordenador Banco de Sêmen:

Igor Flores de Oliveira

banco.semen@gmail.com

Praça Osvaldo Cruz, 15/ Conj. 2312

Porto Alegre/RS

Cep 90030-160

Fone/fax: (51) 3018.17.47/ 3227.86.45

Responsável pelo Jornal Cadeia do Leite:

Andrea Urack Krug

Tiragem: 12 mil exemplares/ bimestral

Distribuição Gratuita

As matérias assinadas e as declarações dos entrevistados não refletem necessariamente a opinião da AGL e COOPLIB.

Editorial

REDES DE COOPERAÇÃO:

AS CHAVES DE UMA ESTRATÉGIA VENCEDORA

Nunca na história da humanidade, tantas e tão rápidas mudanças foram vistas e sentidas pelas comunidades como neste século. A aceleração do processo de mudança nas últimas décadas fez com que as pessoas e, por consequência, as empresas, fossem obrigadas a dispender enorme esforço no sentido de assimilação e adaptação aos novos tempos. Centenas de empreendimentos nasceram e morreram com uma velocidade nunca vista, provocando fenômenos sociais inusitados (Teixeira, 2005).

Inserido neste amplo contexto, destaca-se, indubitavelmente, o crescente processo de globalização dos negócios. Acontece, porém que a grande maioria das pequenas e médias empresas não está preparada para enfrentar tal desafio. Impõem-se, necessariamente, uma mudança de atitude perante o mercado, alterando padrões de comportamento, padrões tecnológicos e padrões de qualidade, só para citar os mais preponderantes.

A necessidade imperiosa das organizações de se adaptarem aos novos tempos de mudanças aceleradas faz com que um grande número de empresas perca o seu rumo, desviando-se perigosamente dos seus objetivos, muitas vezes não precisamente definidos.

Torna-se, então, vital para a sobrevivência do negócio, a adaptação a esse novo mundo em que estamos vivendo. A utilização de estratégia adequada permitirá às empresas continuar atuando no mercado de forma competitiva. Surge aí a atuação em redes associativas como estratégia para enfrentar a competição global (Verschoore, 2005).

A idéia central é reunir empresas com interesses comuns em Redes de Cooperação, constituindo uma entidade juridicamente estabelecida, sem quotas de capital, mantendo a independência legal e a individualidade de cada empreendimento participante. A formação de uma Rede permite a realização de ações conjuntas, facilitando a solução de problemas comuns e viabilizando novas oportunidades que isoladamente não seriam possíveis. Essas são constituídas e administradas democraticamente, permitindo a participação direta de todos nas decisões estratégicas e distribuindo simetricamente os benefícios entre os participantes

A infinidade de aplicações de estratégias nestes moldes caracteriza as Redes de Cooperação como um dos instrumentos de desenvolvimento mais úteis e abrangentes no atual contexto econômico. Entre as vantagens que as Redes podem trazer estão a inovação de produtos, processos e serviços, a redução de custos, a divisão de riscos, os ganhos de escala, o acesso à informação, a aprendizagem

gerencial e o alcance de mercados mais distantes. As Redes trazem também benefícios sociais como a maior integração da comunidade a difusão do comportamento colaborativo.

As Redes passam a atuar com ferramentas coletivas, como central de negócios, que permite conquistar condições mais vantajosas de compra; marketing compartilhado, o qual possibilita desenvolver campanhas publicitárias, fortalecendo marcas e firmando um conceito comum; central para alianças, que estabelece parcerias com fornecedores, distribuidores, prestadores de serviços, consultorias, etc. Além dessas, são possíveis várias outras ferramentas coletivas vantajosas às empresas em Rede, operacionalizadas com base no planejamento estratégico de atuação desenvolvido pelo grupo.

Hoje existe o "Programa Redes de Cooperação", uma iniciativa da Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul – SEDA, em convênio estabelecido com universidades localizadas no Estado. Tem como objetivo desenvolver a cultura associativa de micro e pequenas empresas atuantes no mesmo segmento.

O Programa registra 210 redes constituídas, congregando 4.100 empresas associadas, responsáveis por 45.000 postos de trabalho, sendo que essas empresas respondem por um faturamento aproximado de 6 bilhões de reais ao ano.

O programa é reconhecido nacionalmente pela premiação Gestão pública e Cidadania da FGV, BNDES e Fundação Ford.

Quanto aos aspectos políticos e sociais, é importante salientar que existe forte mobilização por parte de várias entidades comprometidas com o desenvolvimento regional sustentável

Na formação da rede, temos a construção de uma nova marca, com empresas muito mais competitivas. Tudo isto só foi possível através da visão empreendedora, bem como do esforço, da atenção, da dedicação e da competência que os empresários e os profissionais envolvidos deram no desenvolvimento e execução desta desafiadora tarefa vencedora.

Marco Antonio F. Vieira
Bel. Administração de Empresas
Hab. Comércio Exterior
Professor de Marketing e Vendas
Supervisor do Programa Redes de
Cooperação FAPA/SEDAI