RAIO X
COOPERATIVISMO

RAMO CONSUMO

SEGMENTO VAREJO

somos coop

SistemaOcesp
FESCOOP/SP - OCESP - SESCOOP/SP

SistemaOcesp
FESCOOP/SP - OCESP - SESCOOP/SP

Presidente:
Edivaldo Del Grande

Superintendentes:
Aramis Moutinho Junior
Flávio Bersani de Freitas

Gerência de Monitoramento e Desenvolvimento de Cooperativas
Luis Antonio Schmidt

Diretor do Ramo Consumo:
Márcio Francisco Blanco do Valle

Realização:
Sistema Ocesp – Núcleo de Inteligência de Mercado

Coordenação
Lajyarea Barros Duarte

Pesquisa, Conteúdo e Desenvolvimento
Rodrigo Severiano Fernandes Dias

Núcleo Inteligência de Mercado
Lajyarea Barros Duarte
Priscilla Silva Coelho
Rodrigo Severiano Fernandes Dias

Coordenação de Marketing
Silvana Sousa Boava

Coordenação de Gestão de Cooperativas
Andrea Mattos Pinheiro
Vagner Adalberto da Silva

SUMÁRIO

1 RAMO CONSUMO **6**
1.1 SETOR DO VAREJO 7
1.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO (VAREJO) 8
1.3 COOPERATIVAS DE CONSUMO – INDICADORES SETORIAIS DO VAREJO 8

2 ORGANIZAÇÃO **9**
2.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO – SINGULARES (VAREJO) 9
2.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO – SINGULARES SUDESTE (VAREJO) 10

3 INDICADORES ECONÔMICOS E FINANCEIROS **11**
3.1 INGRESSOS 11
3.2 LIQUIDEZ 11
3.3 ENDIVIDAMENTO 12
3.4 DESPESAS TRIBUTÁRIAS 12
3.5 PATRIMÔNIO LÍQUIDO 13
3.6 CAPITAL SOCIAL 13

4 PERFIL DE COOPERADOS **14**

5 PRESENÇA NO ESTADO **15**

6 LINHAS DE NEGÓCIOS **16**
6.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO - CATEGORIAS 16
6.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO – ESTRATÉGIAS DE VENDA E INOVAÇÃO NO VAREJO 17

7 TENDÊNCIAS DO SETOR VAREJISTA - 2020 **18**
7.1 FOCAR EM PROGRAMAS DE FIDELIDADE AOS CLIENTES: 18
7.2 CONHECER DE FORMA MAIS AMPLA O SHOPPER: 19
7.3 IMPLEMENTAR PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE PERDAS: 20
7.4 COMPRAR PRODUTOS MAIS BARATOS: 21
7.5 INVESTIR EM EQUIPAMENTOS E TECNOLOGIAS: 21

8 INFORMAÇÕES GERAIS **22**
8.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO - HISTÓRIA 22
8.2 CONHEÇA ALGUMAS DE NOSSAS COOPERATIVAS DE CONSUMO 23
8.3 CONHEÇA ALGUMAS DIFERENÇAS ENTRE COOPERATIVAS DE CONSUMO E SUPERMERCADOS 24

COOPERATIVISMO NO MUNDO

1,2 bilhão
de cooperados[2]

280 milhões
postos de trabalho[2]

3 milhões
de cooperativas[2]

Em **150** **países,**
cooperativas atuam para dar novas oportunidades a seus cooperados e apoiar o desenvolvimento de suas comunidades.

Existem **1,2 milhão** de cooperativas do ramo agro no mundo[1]

As 300 maiores cooperativas do mundo têm um faturamento de **US$ 2,1 trilhões**

Cooperativas de consumo, atacado e varejo têm, ao redor do globo, **421 mil** escritórios e pontos de venda[1]

Cooperativas de trabalho dão oportunidades a **11,1 milhões** de cooperados[2]

[1] Fonte: World Cooperative Monitor 2018

[2] Fonte: Organização Internacional de Cooperativas de Indústria e Serviços/ACI

PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO

1. RAMO CONSUMO

Aqui a ideia é somar o poder de compra de todos para reduzir custos de bens e serviços e oferecer melhor atendimento e segurança para os cooperados. Existem dois tipos de cooperativas de consumo: a fechada, que admite apenas pessoas ligadas a uma mesma profissão ou organização; e a aberta, que admite qualquer pessoa que queira se associar.

Na reorganização dos ramos, participam desta denominação, também, as cooperativas dos antigos ramos "Educacional" e "Turismo e Lazer", cujas atividades envolvem, respectivamente:

- Prover educação de qualidade para a formação de cidadãos mais éticos e cooperativos e garantir um modelo de trabalho empreendedor para professores, e são formadas por professores, alunos, pais de alunos e pessoas apaixonadas por educação;

- Cooperativas que prestam serviços de entretenimento para seus associados. De viagens a eventos artísticos e esportivos, esses empreendimentos oferecem opções mais baratas e educativas, além de contribuírem para que as comunidades explorem todo o seu potencial turístico.

Neste presente estudo, será abordado temas de cooperativas dedicadas à compra em comum de artigos de consumo para seus cooperados, com o **principal objetivo de focar em atividades do varejo, tais como: supermercados, farmácias, postos de gasolina entre outros**.

Os demais segmentos pertencentes ao ramo consumo (Educacional e Turismo e Lazer), serão abordados em estudos futuros.

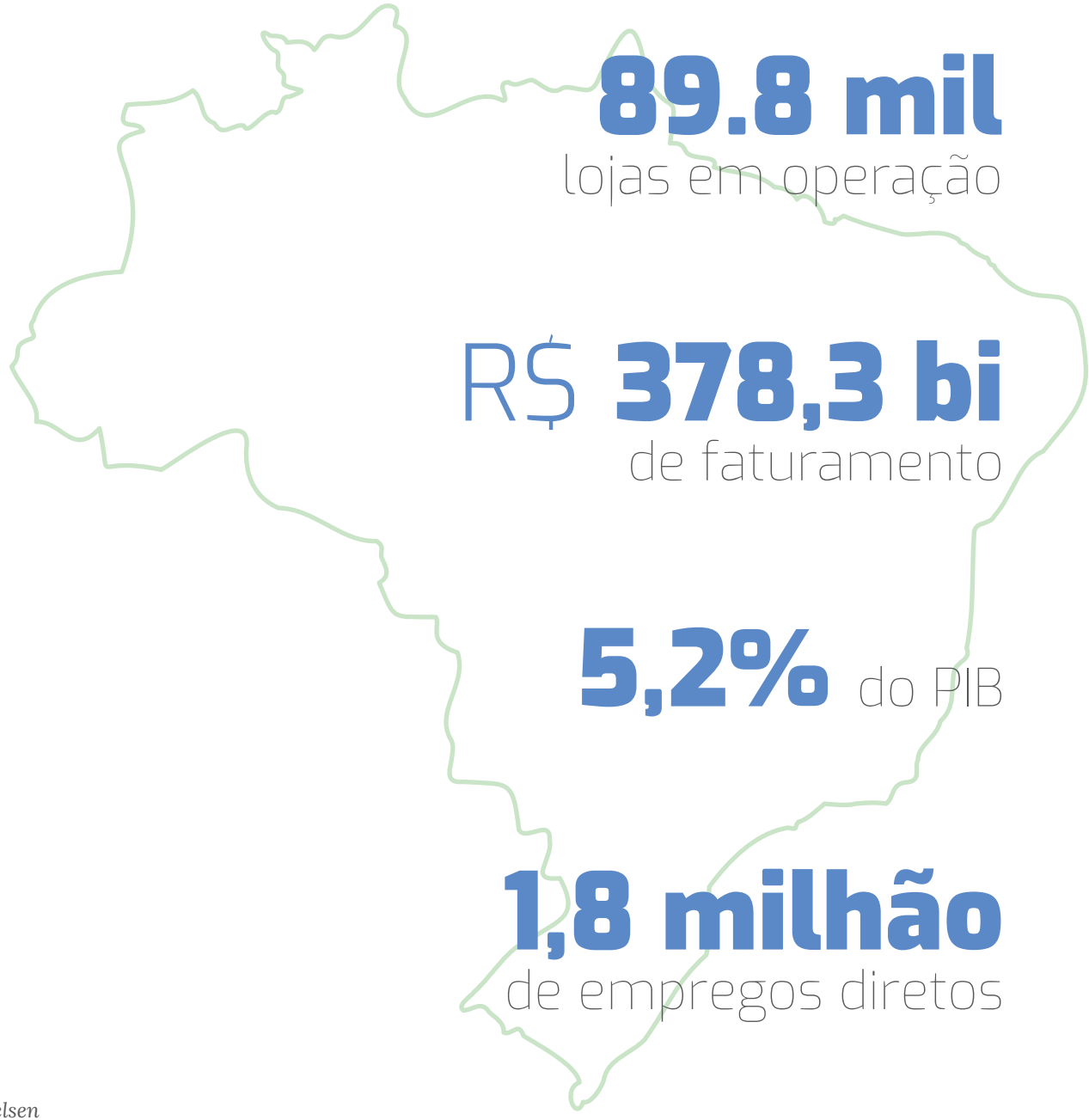
A divulgação deste estudo tem como propósito dar visibilidade à força e relevância econômica e social do cooperativismo, disponibilizando para as cooperativas, cooperados, academia e imprensa informações importantes do ramo consumo e, em especial o segmento do varejo: supermercados, farmácias, postos de gasolinas entre outras atividades ligadas ao setor varejista.

Os resultados apresentados provêm de levantamento, consolidação e tabulação das informações levantadas através do núcleo de **Inteligência de Mercado do Sistema Ocesp**, Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), além de fontes secundárias, como: Associação Paulista de Supermercados (APAS), Associação Brasileira de Supermercados (Abras), revista Supervarejo, IBOPE entre outras.

Boa Leitura!

1.1 SETOR DO VAREJO

Em 2019 o setor supermercadista brasileiro, de acordo com as informações da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), registrou 89.8 mil lojas em operação, atingindo a marca de R$ 378,3 bilhões de faturamento, representando 5,2% do PIB e gerou mais de 1,8 milhão de empregos diretos.



89.8 mil
lojas em operação

R$ **378,3 bi**
de faturamento

5,2% do PIB

1,8 milhão
de empregos diretos

Data base: 12/2019 - Fonte: ABRAS / Estrutura do Varejo Nielsen

1.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO (VAREJO)

A oferta de produtos com qualidade e preços mais acessíveis estão entre os benefícios ofertados pelas cooperativas. Estas sociedades se classificam em dois tipos: fechadas ou abertas.

As conhecidas como fechadas representam os cooperados ligados a uma empresa, sindicato ou profissão específica. Já as abertas, ou populares, são as que permitem a associação de quaisquer pessoas interessadas, na condição de cooperados/consumidores.

Atualmente no Brasil, o segmento varejo do Ramo Consumo é representado por 205 cooperativas, aproximadamente 2 milhões de cooperados e gera cerca de 14 mil empregos.

Destaques para o crescimento de 65% no número de cooperativas entre os anos de 2014 e 2018 e **para o número de cooperados do Ramo (é o segundo maior, atrás apenas do cooperativismo de crédito em relação a este indicador).**

Data Base: 12/2018 – Fonte: Sistema Ocesp/OCB

1.3 COOPERATIVAS DE CONSUMO – INDICADORES SETORIAIS DO VAREJO

As cooperativas do ramo consumo registraram:

133 lojas (supermercados, farmácias, postos de gasolina, entre outros)

Mais de R$ **4,2 bilhões** de faturamento

Aproximadamente **1.200 checkouts** em operação

158 mil m^2 de vendas.

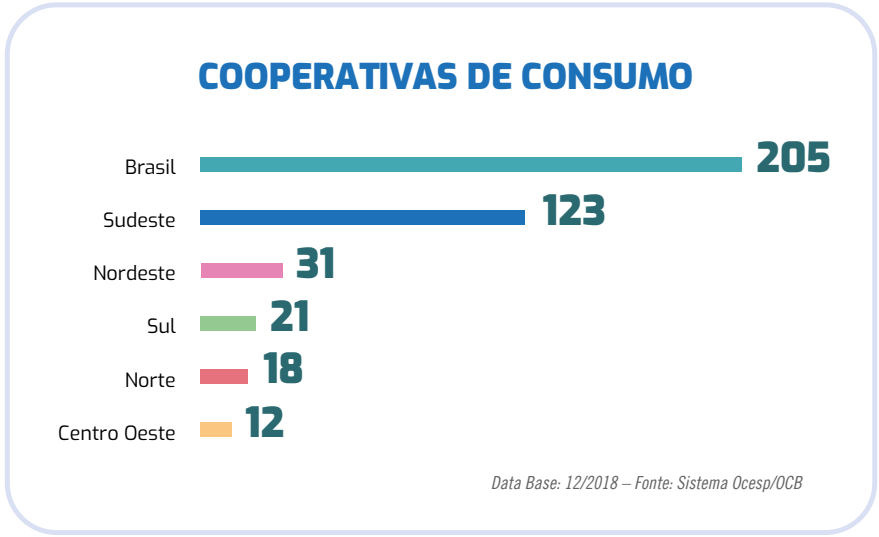
Para os indicadores de desempenho econômico-financeiro, foram analisadas as informações de 09 cooperativas (06-SP, 02-MG e 01-SC). Fonte: COOP Brasil – Dimensionamento 2018-2019 – Ranking ABRAS 2019.

2. ORGANIZAÇÃO

Atualmente a organização do Ramo Consumo segmento do varejo é representado por 205 cooperativas, divididas em singular, central e federação. Abaixo é possível analisar suas particularidades. Confira:

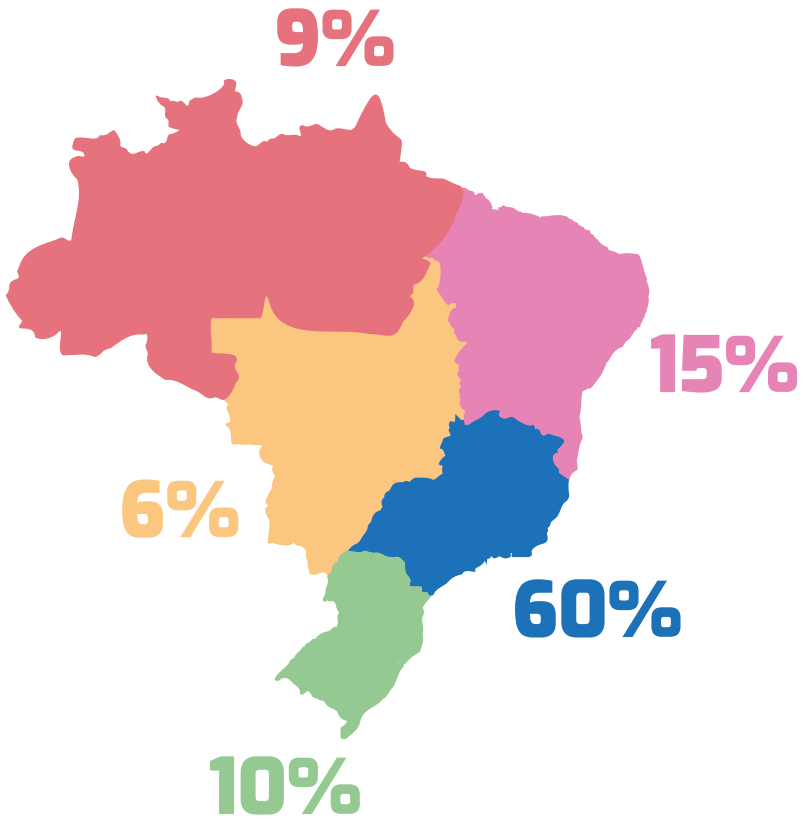
2.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO – SINGULARES (VAREJO)

No gráfico abaixo podemos notar como estão distribuídas as Cooperativas de Consumo nas regiões do Brasil (Gráfico 1):



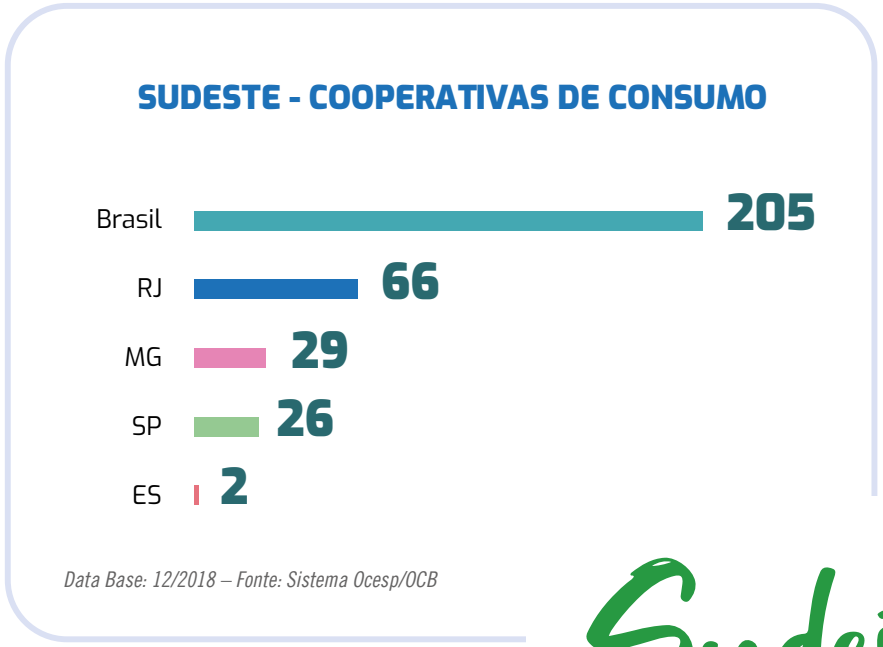
No Brasil, encontramos seguinte cenário:

Apresentamos uma concentração de cerca de 60% das cooperativas do ramo consumo na região Sudeste, 15% na região Nordeste, 10% na região Sul, 9% na região Norte e 6% na região Centro-oeste.



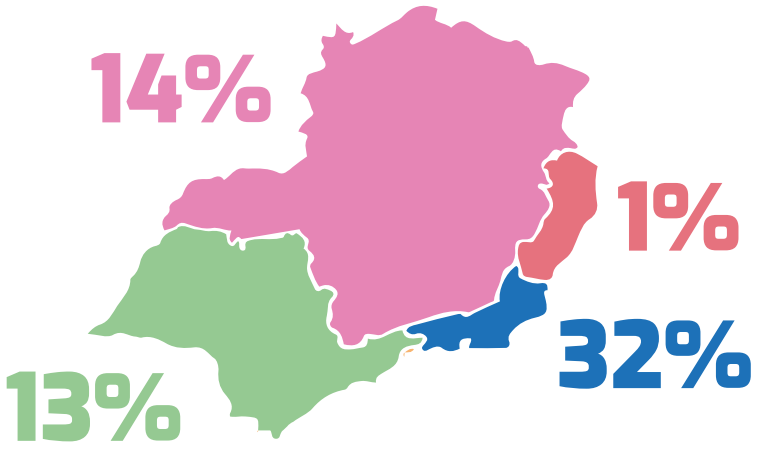
2.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO – SINGULARES SUDESTE (VAREJO)

No gráfico abaixo podemos notar como estão distribuídas as Cooperativas de Consumo especificamente na região sudeste do Brasil (Gráfico 2):



Encontramos seguinte cenário:

1. Com a concentração de cerca de 60% das cooperativas do ramo consumo estão sediadas na região Sudeste, temos a seguinte distribuição entre os estados: 32% no estado do Rio de Janeiro, 14% em Minas Gerais, 13% em São Paulo e 1% no Espírito Santo.



Sudeste Coop+

Em São Paulo, encontramos seguinte cenário:

24 Cooperativas singulares de Consumo no segmento do varejo;

1 Cooperativa Central de Consumo com 09 filiadas (06 SP, 02 MG e 01 SC);

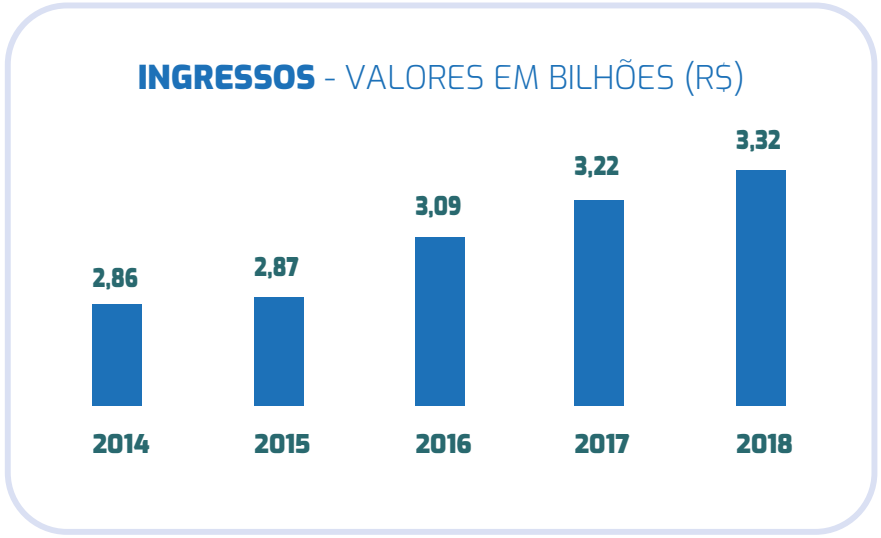
1 Federação de Cooperativas de Consumo com 03 filiadas (02 BA e 01 SP).

3. INDICADORES ECONÔMICOS E FINANCEIROS

O objetivo é apresentar os principais indicadores setoriais das cooperativas de consumo no segmento do varejo. Confira:

3.1 INGRESSOS

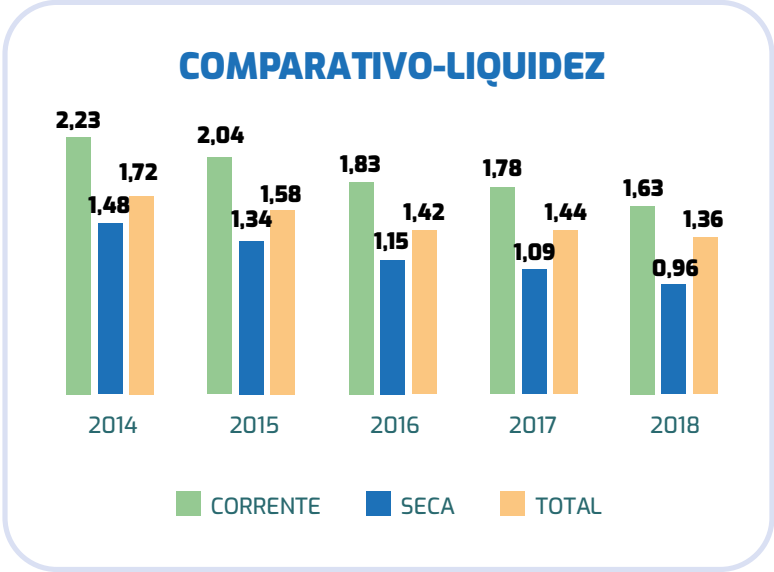
No gráfico abaixo podemos notar a evolução dos ingressos/ faturamento das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 3):



O indicador de **ingressos/faturamento** é o valor que a cooperativa recebe pelas vendas ou prestação de serviços em determinado período de apuração.

3.2 LIQUIDEZ

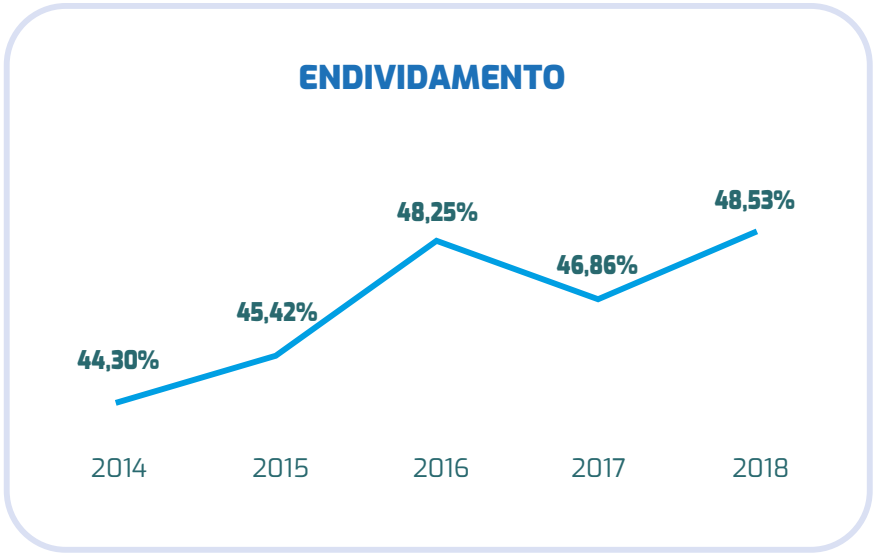
No gráfico abaixo podemos notar a evolução comparativa da liquidez das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 4):



O indicador de **liquidez corrente** refere-se à relação existente entre o ativo circulante e o passivo circulante. O indicador de **liquidez seca**, indica o percentual das dívidas de curto prazo que pode ser pago mediante o uso de ativos circulante de maior **liquidez**. Já o indicador de **liquidez total** leva em consideração a situação a longo prazo da **cooperativa**, incluindo no cálculo os direitos e obrigações a longo prazo.

3.3 ENDIVIDAMENTO

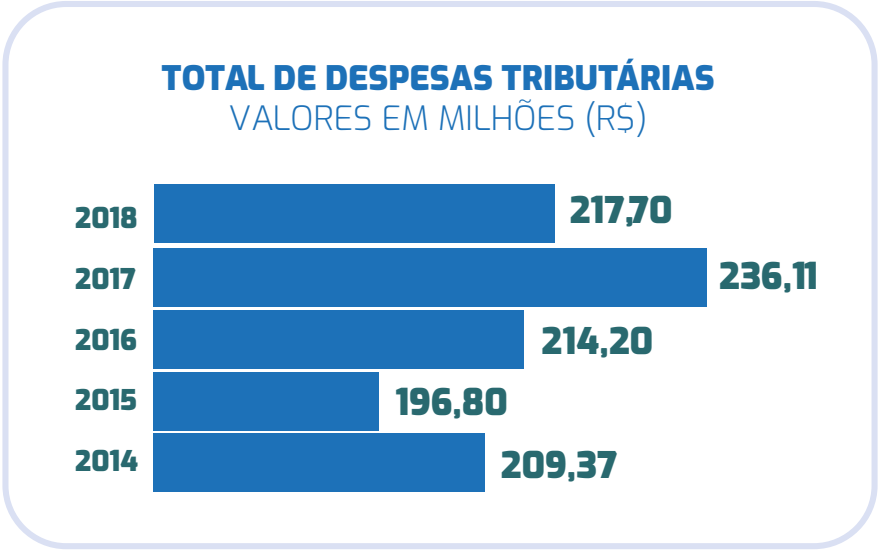
No gráfico abaixo podemos notar a evolução do endividamento das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 5):



O indicador de **Endividamento Total** é a representação da proporção do ativo total que está comprometida para custear o endividamento da cooperativa com terceiros. Desta maneira, este indicador é importante para a análise da saúde financeira da cooperativa.

3.4 DESPESAS TRIBUTÁRIAS

No gráfico abaixo podemos notar a evolução das despesas tributárias das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 6):



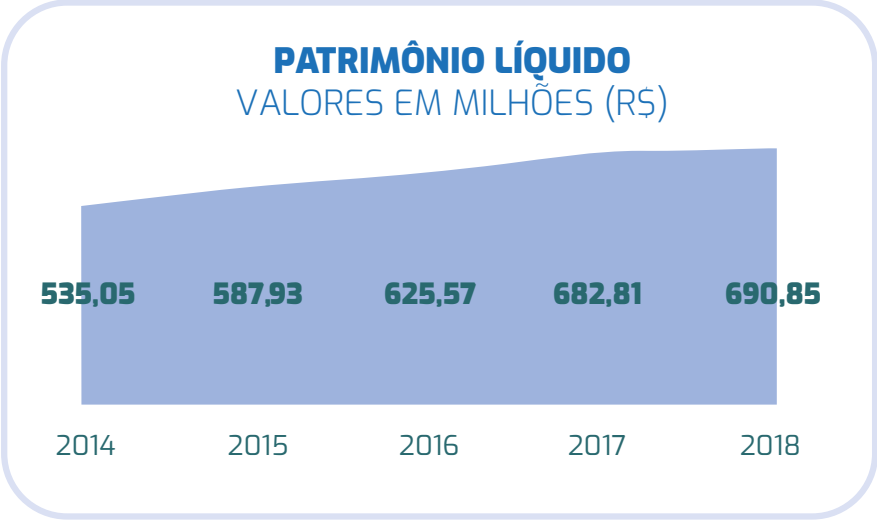
Nos últimos cinco anos as cooperativas de consumo geraram R$ 1,07 bilhão em *Tributos no Estado de São Paulo.

Em uma cooperativa, o indicador de **despesas tributárias** são todos os valores relativos a impostos e taxas que devem ser pagos ao governo.

**O montante corresponde tanto aos tributos incidentes sobre o faturamento, como também sobre os tributos incidentes dos resultados.*

3.5 PATRIMÔNIO LÍQUIDO

No gráfico abaixo podemos notar a evolução do patrimônio líquido das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 7):

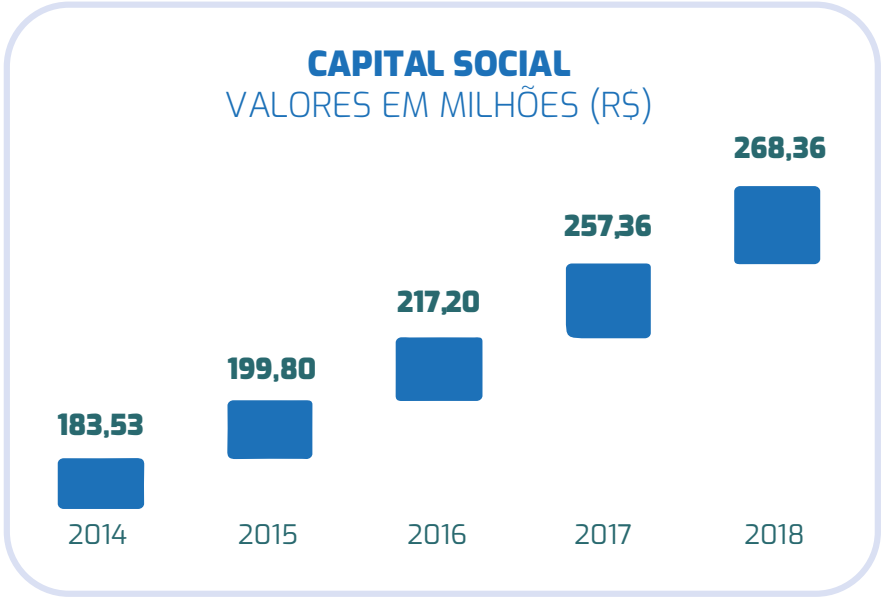


Nos últimos cinco anos as cooperativas de consumo tiveram um **crescimento de 23%** no Patrimônio Líquido.

O indicador de **patrimônio líquido** é um dos mais importantes do balanço patrimonial de uma cooperativa, ou seja, é o resultado da diferença entre os valores do ativo e do passivo de uma cooperativa. Em sua apuração é levada em consideração capital social, sobras acumulados, fluxo de caixa, entre outros.

3.6 CAPITAL SOCIAL

No gráfico abaixo podemos notar a evolução do capital social integralizado das cooperativas de consumo do estado de São Paulo (Gráfico 8):



Nos últimos cinco anos as cooperativas de consumo tiveram um **crescimento de 46%** no Capital Social.

O indicador de **capital social** é o somatório de todas as quotas-partes dos associados da cooperativa. A quota-parte é uma quantia em dinheiro que os associados depositam no momento em que entram na cooperativa. Esse dinheiro contribui para o suporte das atividades financeiras

Foram analisadas informações de 13 cooperativas de consumo do estado de São Paulo para construção dos indicadores setoriais. Data Base: 12/2018 – Fonte: Programa de Autogestão GDA - Sistema Ocesp

4. PERFIL DE COOPERADOS

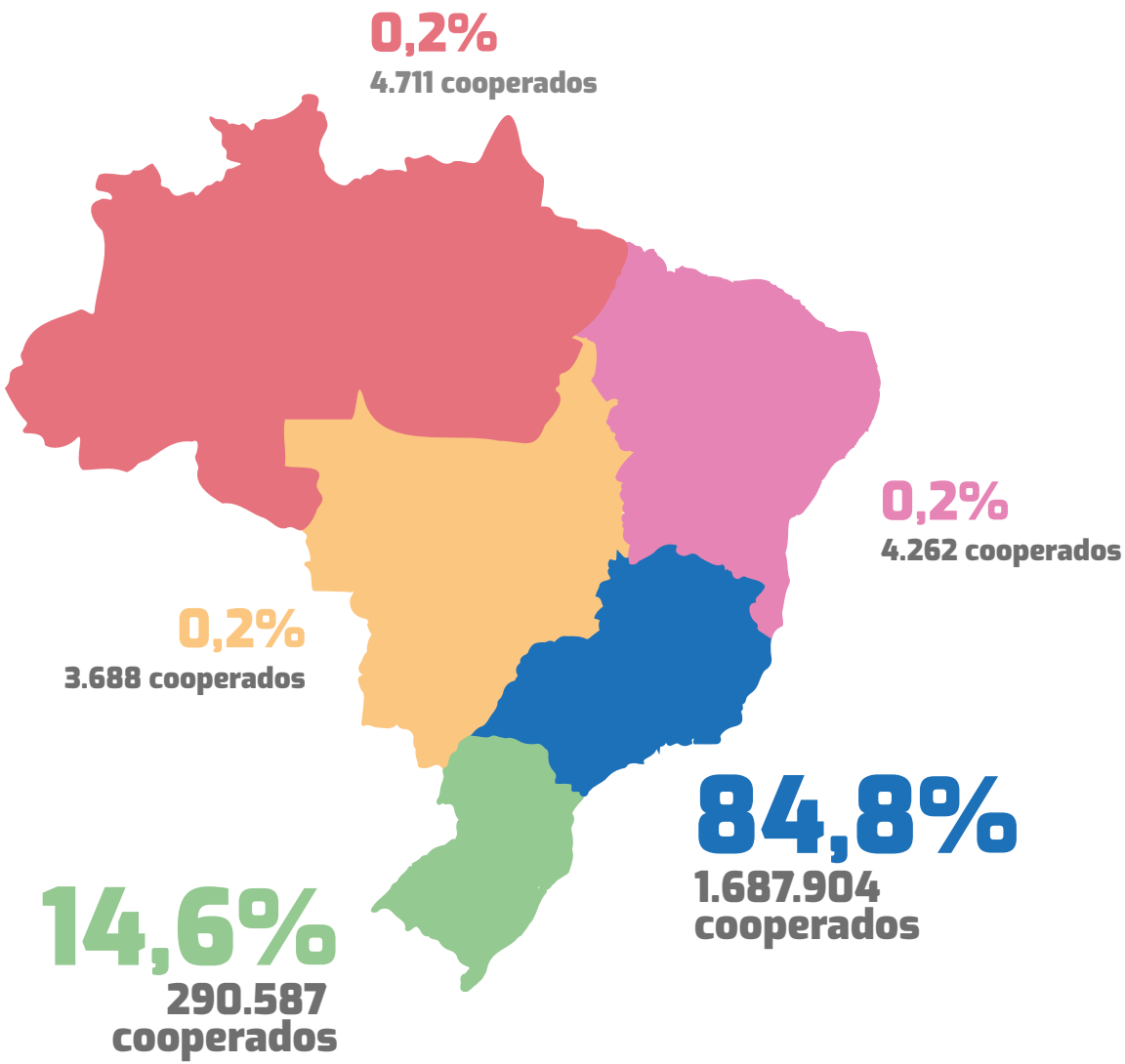
No Brasil, atualmente contamos com 1.991.152 cooperados, abaixo podemos notar como estão distribuídos os associados das Cooperativas de Consumo nas regiões do Brasil:

No Brasil, encontramos seguinte cenário:

As regiões Sudeste (84,8%) e Sul (14,6%) juntas são responsáveis por 99,4% do total de cooperados de todo o país.

Destaques - Em São Paulo, encontramos seguinte cenário:

Apenas o estado de São Paulo é responsável por **1.541.552 cooperados de 26 cooperativas de consumo**, que representam aproximadamente **77% do total** de associados do ramo consumo em todo o país.



5. PRESENÇA NO ESTADO

MUNICÍPIOS	SUPERMERCADOS	FARMÁCIAS	POSTOS DE GASOLINA	CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO
Santo André	12	21		1
São Bernardo do Campo	5	9	1	
Jundiaí	5			
São José dos Campos	3	4	1	
Ribeirão Pires	2	2		
Sorocaba	2	4		
Mauá	2	2		
Tatuí	2	2	1	
Cerquilho	2	2		1
Barra Bonita	2	2		
São Caetano do sul	1	3		
Diadema	1	1		
Piracicaba	1	1		
Boituva	1	1		
Tietê	1	1		
Campo Limpo Paulista	1			
Várzea Paulista	1			
Inúbia Paulista	1		1	
Araçatuba	1			
Lençóis Paulistas	1			
Quatá	1			
Macatuba	1			
Ribeirão Preto	1			
Araçoiaba da Serra	1			
Indaiatuba	1			
Osasco	1			
São Paulo		1		
Osvaldo Cruz			1	
Adamantina			1	
Jardinópolis				1

Foram analisadas informações de 13 cooperativas de consumo do estado de São Paulo para construção dos indicadores setoriais. Data Base: 12/2018 – Fonte: Programa de Autogestão GDA - Sistema Ocesp

6. LINHAS DE NEGÓCIOS

As Cooperativas de consumo são representadas por supermercados, farmácias, convênios e postos de combustíveis, entre outros segmentos, geram economia de escala aos seus cooperados.

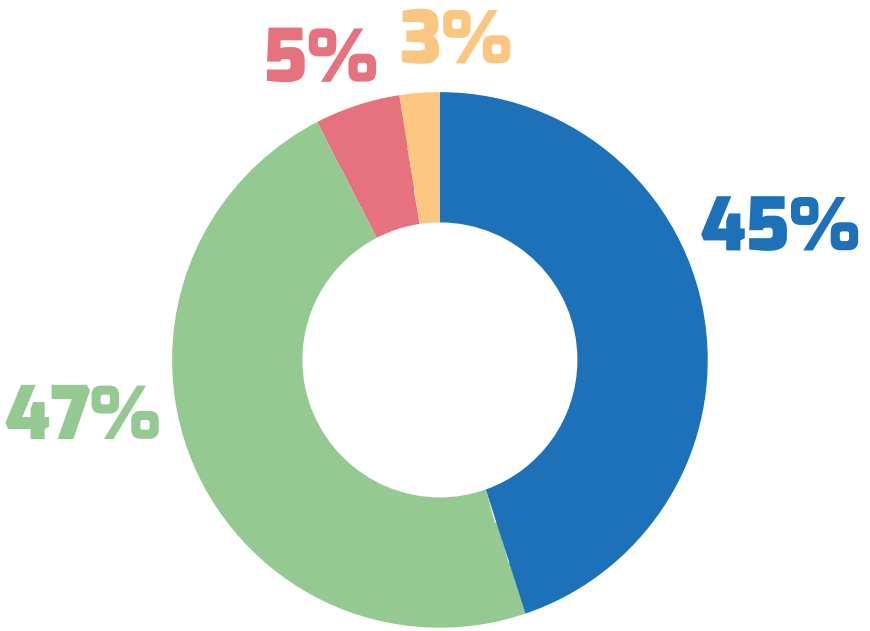
Nos processos de compra em comum é possível reduzir os custos dos produtos, tendo reflexo positivo nos preços pagos pelos cooperados.

6.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO - CATEGORIAS

No gráfico abaixo podemos notar como estão distribuídas as linhas de negócios das Cooperativas de Consumo em São Paulo nos serviços prestados no setor do varejo (Gráfico 8):

Foram analisadas informações de 13 cooperativas de consumo do estado de São Paulo para construção dos indicadores setoriais. Data Base: 12/2018 – Fonte: Programa de Autogestão GDA - Sistema Ocesp

LINHAS DE NEGÓCIO



- **SUPERMERCADOS** (53)
- **FARMÁCIAS** (56)
- **POSTOS DE GASOLINA** (6)
- **CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO** (3)

6.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO – ESTRATÉGIAS DE VENDA E INOVAÇÃO NO VAREJO

O segmento do varejo é muito competitivo e inovador, com o cooperativismo de consumo não poderia ser diferente. Pensando nisso, trazemos uma reflexão sobre a importância da inovação e estratégias de venda no varejo. Abaixo listamos algumas ações de nossas cooperativas. Confira:

Coop Retira – A Cooperativa de Consumo – COOP, disponibilizou um canal de compras que busca oferecer praticidade e conveniência no mercado varejista. Com o Coop Retira, o cooperado ou cliente entra no site da Coop, seleciona os produtos que deseja comprar, faz o pagamento e agenda um horário para retirá-los.

Autoatendimento – A Cooperativa de Consumo – COOP, disponibilizou máquinas de autoatendimento distribuídas em algumas de suas lojas. A praticidade do serviço, que dá total autonomia ao consumidor para o registro e o pagamento da compra sem a retaguarda de operadores, tem conquistado cada vez mais o público que faz compras de pequenos volumes com o uso de cartões de crédito ou débito.

Disque Compras – A Cooperativa de Consumo – COOPBANC, disponibilizou um canal para atender uma clientela que não pode ir ao supermercado, o disque-compras, serviço gratuito que oferece aos cooperados a comodidade de fazer compras por telefone, sem precisar sair de casa.

Convênios – A Cooperativa de Consumo – COOPBANC, disponibilizou uma lista de convênios com parceiros locais que possibilitam descontos para seus cooperados. Dentre os parceiros é possível encontrar academias, farmácias, livraria, floricultura, clínicas odontologias, restaurantes entre outros comércios.

Entregas em Domicílio – A Cooperativa de Consumo – COOPBANC, desenvolveu um sistema de entrega, com rapidez e eficiência no atendimento, o cliente faz suas compras e receba tudo no conforto de sua casa.

Oficina Gastronômica – A Cooperativa de Consumo – COOPERCICA oferece Oficinas Gastronômicas com chefes renomados trazendo deliciosas receitas para seus cooperados.

Mascote – A Cooperativa de Consumo – COOPERCICA tem o Hipoupó como mascote da cooperativa. Seu trabalho é promover as principais ofertas, promoções, campanhas filantrópicas e novidades da Coopercica, trazendo felicidade e alegria para a vida de seus amigos. Também é o grande responsável pela comunicação interna e pelas campanhas de incentivo da cooperativa.

Programas de Fidelização – As Cooperativa de Consumo, de um modo geral, oferecem programas de fidelização, sorteios de carros e motos, vale compras, descontos de produtos, dicas e receitas gastronômicas para seus cooperados.

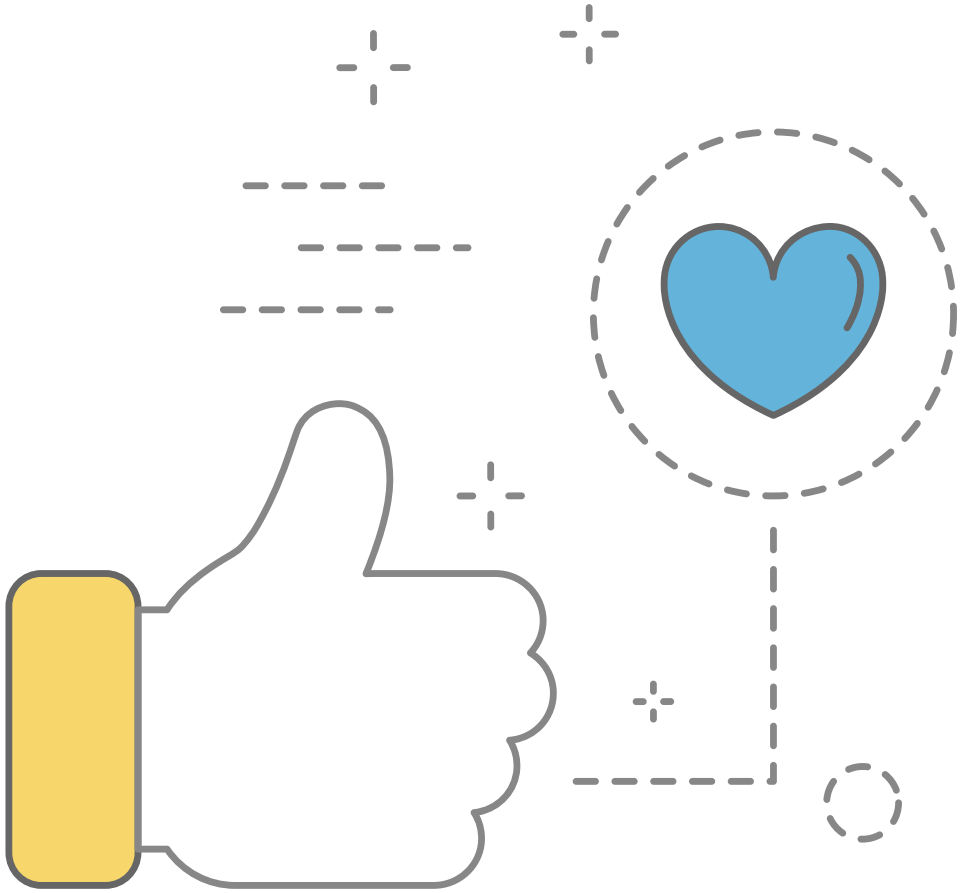
Fonte: Sistema Ocesp – Núcleo de Inteligência de Mercado.

7. TENDÊNCIAS DO SETOR VAREJISTA - 2020

Fidelização, Tecnologia e conhecer o Shopper são palavras que vão guiar o varejo nos próximos anos. Desta forma, diversas novidades irão impactar a forma que os consumidores compram seus produtos e as estratégias das cooperativas para oferecerem uma melhor experiência de compra ao cliente. Por isso, fique atento nas principais tendências do varejo 2020. Confira:

7.1 FOCAR EM PROGRAMAS DE FIDELIDADE AOS CLIENTES:

A experiência do cliente é determinante na decisão de compra e para o sucesso de venda de produtos da cooperativa. Ao oferecer um programa de fidelização, a cooperativa cria uma forma de vivenciar a jornada de compras do cliente.



7.2 CONHECER DE FORMA MAIS AMPLA O SHOPPER:

O shopper é a pessoa que realiza uma compra, sendo ela consumidora ou não. Entender como o shopper se comporta na loja, suas atitudes, onde quer investir o seu tempo e gastar sua energia pode ser um guia importante para suportar decisões estratégias.

Para entender o processo de comportamento de compra do shopper é necessário entender as missões de compra. Abaixo apresentamos algumas:

Compra do Mês: compra grande, para **abastecer** a casa por um determinado período, geralmente ocorre quando o shopper vai ao supermercado.

Perfil valorizado: compra planejada, com muitos itens e categorias compradas, alto ticket médio, menor frequência de compra, melhor relação custo benefício, mais tempo em loja e o shopper segue o layout da loja.

Compra de Emergência: compra pequena, para repor alguns itens, geralmente ocorre quando os vão a supermercados menores, de vizinhança e farmácias.

Perfil valorizado: compra planejada, com poucos itens e categorias compradas, menor ticket médio, maior frequência de compra, menor sensibilidade a preço, maior disponibilidade para compra não planejada, menor tempo em loja e o shopper percorre apenas os corredores de interesse.

Compras do dia-a-dia: compra pequena, para consumo imediato, geralmente ocorre quando os vão a minimercados, lojas de conveniência, padarias e bares.

Perfil valorizado: compra planejada, com 1 ou 2 itens, menor ticket médio, valorizam mais a conveniência do que o preço e é uma compra muito rápida.

7.3 IMPLEMENTAR PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE PERDAS:

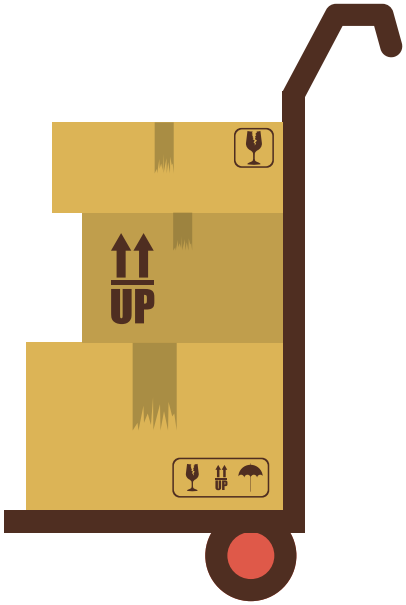
A prevenção de perdas é um conjunto de processos e estratégias com o objetivo de prevenir, combater e reduzir as perdas da cooperativa. Desta maneira, os processos de prevenção de perdas devem estar ligados diretamente no combate ao desperdício, as fraudes e aos furtos, internos e externos entre outros.

Os recursos tecnológicos mais utilizados pelos supermercados para prevenir as perdas nas lojas são: CFTV (monitoramento por câmeras), coletor de dados para a realização de inventário e alarmes de acesso.

As perdas dos supermercados brasileiros somaram, segundo a Abras, R$ 6,7 bilhões em 2018, o que corresponde a 1,89% do faturamento bruto do setor.

O QUE A SUA COOPERATIVA ESTÁ FAZENDO SOBRE ISSO?

7.4 COMPRAR PRODUTOS MAIS BARATOS:



Para compra de produtos mais barato, é necessário criar estratégias de diversificação de compra. Abaixo apresentamos algumas estratégias:

Liderança do custo total: o objetivo é conseguido pela otimização dos gastos ou pela experiência do cliente.

Parcerias: criar uma rede de parceiros estratégicos para compra em conjunto ou obter descontos de acordo com o volume de compra;

Intercooperação: comprar produtos e/ou utilizar serviços de cooperativas para minimizar o custo e incentivar o cooperativismo.

7.5 INVESTIR EM EQUIPAMENTOS E TECNOLOGIAS:

As Cooperativas de Consumo devem criar estratégias e pensar em soluções de tecnologia aplicada à geração de negócios, para cada vez mais se conectar e interagirem com os consumidores digitais, em vez de apenas dar sustentabilidade as operações de back office.

Cabe aos dirigentes organizarem modelos de negócios que potencializem ao máximo as informações obtidas dos consumidores, por meio da tecnologia, CRM, BI, Redes Sociais, Checkout Self Service entre outras informações que são encontradas através da compra.

Fontes: Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Associação Paulista de Supermercados (APAS), Associação Brasileira de Supermercados (Abras), SUPERVAREJO, IBOPE, Núcleo de Varejo ESPM e Núcleo de Inteligência de Mercado do Sistema Ocesp.

8. INFORMAÇÕES GERAIS

Mais que um modelo de negócios, o cooperativismo é uma filosofia de vida que busca transformar o mundo em um lugar mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos. Um caminho que mostra que é possível unir desenvolvimento econômico e desenvolvimento social, produtividade e sustentabilidade, o individual e o coletivo. Tudo começa quando pessoas se juntam em torno de um mesmo objetivo, em uma organização onde todos são donos do próprio negócio. E continua com um ciclo que traz ganhos para as pessoas, para o país e para o planeta. Conheça um pouco mais sobre o cooperativismo, seus valores e seu impacto.

Fonte: Sistema OCB.

8.1 COOPERATIVAS DE CONSUMO - HISTÓRIA

Em 1844, em Manchester, Inglaterra, um pequeno grupo de tecelões, alguns desempregados, outros influenciados pelos ideais de pensadores e socialistas da época, tiveram a ideia de se organizar em uma sociedade para aumentar o seu poder de compra, eliminando os altos lucros dos intermediários.

Em dezembro de 1844, foi aberto um pequeno armazém montado pelas pessoas que construíram a primeira cooperativa, marco de um movimento que se alastrou e hoje está presente em quase todos os países do mundo.

No Brasil, o Ramo Consumo é também o mais antigo. O movimento iniciou-se na área urbana, com a criação da primeira cooperativa do país, em Ouro Preto (MG), no ano de 1889, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto.

Fonte: Sistema OCB – Diagnostico do Ramo Consumo.

8.2 CONHEÇA ALGUMAS DE NOSSAS COOPERATIVAS DE CONSUMO

SIGLA DA COOPERATIVA	WEBSITE	CIDADE DA MATRIZ
BBCOP	-	Ribeirão Preto
COCIPA	http://www.cocipa.com.br	Inúbia Paulista
COOCERQUI	https://www.coocerqui.com.br	Cerquilho
COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	https://www.portalcoop.com.br	Santo André
COOPBANC	https://www.coopbanc.com.br	Araçatuba
COOPBRASIL	https://www.portalcoop.com.br	Santo André
COOPERBARRA	https://www.cooperbarra.com.br	Barra Bonita
COOPERCICA	https://www.coopercica.com.br	Jundiaí
COOPERGRAN	https://www.coopergran.com.br	Osasco
COOPERTOTAL	http://www.coopertotal.com.br	Jardinópolis
COPERCON	-	Lençóis Paulista
FECOB	https://www.fecob.com.br	São Paulo
PRO-VIDA	https://www.provida.org.br	São Paulo

Fonte: Sistema Ocesp – Núcleo de Inteligência de Mercado.

8.3 CONHEÇA ALGUMAS DIFERENÇAS ENTRE COOPERATIVAS DE CONSUMO E SUPERMERCADOS

COOPERATIVA DE CONSUMO (VAREJO)	SUPERMERCADOS
Sociedade de pessoas	Sociedade de capital
Sem fins lucrativos	Visa apenas o lucro
Decisões tomadas democraticamente pelos associados (cada associado representa 1 voto), que são os próprios tomadores	Decisões concentradas nos seus executivos e controladores
Associado é dono do empreendimento	Cliente
Atendimento diferencial como dono do empreendimento	Atendimento como cliente
Resultados divididos entre todos os associados, proporcionalmente às operações realizadas	Lucros divididos entre acionistas, proporcionalmente ao capital de cada um
Modelo societário de negócio não sujeito à falência	Modelo societário de negócio sujeito à falência

OCESP
Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo

Fundada em 1970, a Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo (Ocesp) é o braço paulista da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), entidades que atuam pautadas na Lei Federal 5.764/71 e, na esfera estadual, de acordo com a Lei 12.226/2006.

A OCESP é uma entidade de representação do cooperativismo no Estado de São Paulo voltada para o fomento, acesso, orientação capacitação e defesa dos interesses das cooperativas nos seus respectivos ramos. Além de Órgão Técnico Consultivo do Governo, a OCESP, como representante legal das cooperativas paulistas, desenvolve um sólido trabalho junto aos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Conheça um pouco mais sobre a OCESP.

SESCOOP/SP
Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo

O Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop) surgiu em 1998 para dar suporte às cooperativas, contribuindo para melhorar a gestão e os resultados dos empreendimentos e a vida das pessoas envolvidas com programas de Formação Profissional, Promoção Social e Monitoramento.

No Estado de São Paulo, a instituição atua desde 1999. O Sescoop/SP desenvolve pessoas do cooperativismo, trabalha pela profissionalização da gestão e pela sustentabilidade das cooperativas, contribuindo para difundir o modelo de empreendimento cooperativo.

Suporte técnico e social às cooperativas

Órgão representante do cooperativismo no "Sistema S"

Conheça um pouco mais sobre o SESCOOP/SP.

FESCOOP/SP
Federação dos Sindicatos das Cooperativas no Estado de São Paulo

Fundada em 2008, a Federação dos Sindicatos das Cooperativas no Estado de São Paulo é uma entidade sindical de segundo grau que atua pela defesa dos interesses das cooperativas paulistas, buscando o equilíbrio nas relações de trabalho com seus empregados.

Em 2016, após quase 10 anos de dedicação e persistência, a Fescoop/SP conquistou o Registro Sindical no Ministério do Trabalho, o que impulsionou o desenvolvimento dos sindicatos patronais das cooperativas. Além de representar os interesses do cooperativismo paulista, a FESCOOP/SP compõe a Confederação Nacional das Cooperativas (CNCoop), entidade sindical de grau máximo do setor, com sede em Brasília.

Conheça um pouco mais sobre a FESCOOP/SP.

somos
coop

SistemaOcesp

FESCOOP/SP - OCESP - SESCOOP/SP

Rua Treze de Maio, 1376 Bela Vista

São Paulo - SP CEP 01327 002

(11) 3146-6200

www.sescoopsp.org.br

facebook.com/sistemaocesp

@sistemaocesp

Sistema Ocesp