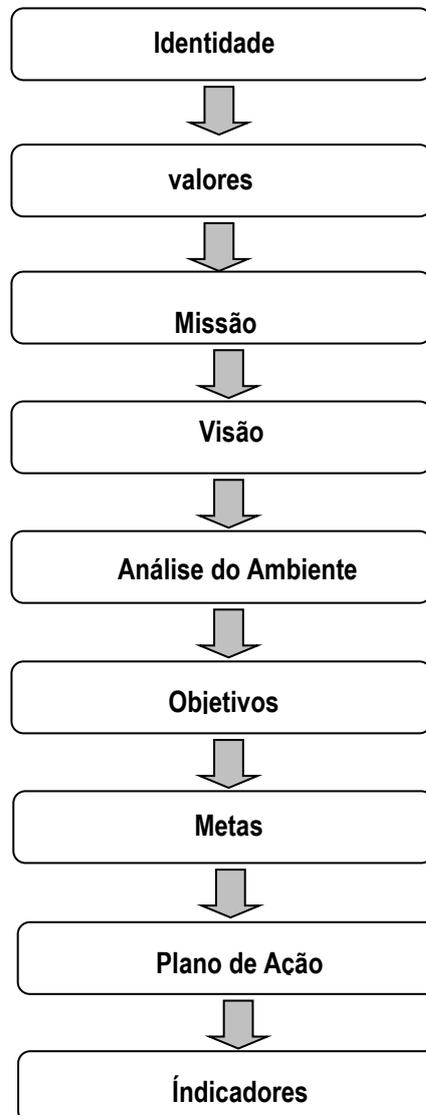


**COOPERTATIVA AGROPECUÁRIA MISTA DE BELA
VISTADE GOIÁS**

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Bela Vista de Goiás, janeiro de 2011

Base da Metodologia



DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA

O Planejamento Estratégico da COOPERBELGO foi desenvolvido de forma a oferecer a oportunidade de participação a todos os associados. Através da organização de toda a área de atuação da cooperativa, por meio da criação de Núcleos de Trabalho, foi possível desenvolver uma forma operativa que oferecesse ao produtor a oportunidade de contribuir para a criação de um novo modelo de Planejamento Estratégico. Desta feita, com a participação efetiva do associado, desde a criação dos fundamentos que retratam a nossa concepção cultural, até a definição dos objetivos e do plano de ação a ser posto em prática. Além da relevância dessa produção que é de grande importância para o nosso processo de gestão, aflorou-se, desta iniciativa, uma interação bastante positiva entre os participantes que buscaram o objetivo comum com dedicação e discernimento, evidenciando o despertar de um novo conceito de relação entre os associados e a nossa cooperativa, caracterizado, também, pelo grande volume de contribuições, produzido com indiscutível nível de qualidade, e pelo grau de satisfação demonstrado pelos participantes. Para registro, é oportuno evidenciar a participação dos associados neste processo, através da descrição dos núcleos e respectivos representantes dos produtores nas diversas datas em que os eventos se realizaram, em sua primeira fase trabalhada em 2009:

DESCRIÇÃO DOS NÚCLEOS E PARTICIPANTES REPRESENTATIVOS DA FASE I

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DA LARGA

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
José de Paula Moraes	Isabel	Magaly Fátima	João José de Deus
Gustavo Elias	Levi Cunhago	Floriano Gonçalves	Lucas Damião
Divino Faria	Antônio Bonifácio	Fátima Melo	Joaquim Martins
Antônio Lourenço	Divino Martins Correia	Hermínio Moreira	Odete Elias de Deus
Edilaine	Maria da Luz	Maria Rosalina	Odilon de P. Moraes
	Diva Faria	Aerton Miguel	Divina Moraes
	Antônio Elias		

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DE CONCEIÇÃO

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Wagner Cunha	Joel Bonifácio	Ely Fábio	Elaine Franco
Divino Vaz	Inácio	José Pedro S. Rodrigues	João Batista da Silva
Liomar Domingues	Eurípedes Antônio	Vicente Cunha	Maria do S. Carrara
Benedito G. Primo	Vicente Cândido	Geraldo Gomes	Alaor Batista
Lindomar Cardoso	Manoel Rodrigues	Divair Correia	Darico Correia
Dercílio Correia	Gilberto Tavares	Sebastião Machado	
Núbia Pinheiro			

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DE ROSELÂNDIA

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Antônio Alonso	Mauro	Darcy	Wesley
Valdivina	João Cordeiro	Maria do Socorro	Valdeci
Florisvaldo	Augusto	Antônio Sabino	José de Paula Moraes
Divino de Freitas	Saul	Gleide	
Valdivino	Constantino	Francisco Serafim	
João Firmino	Gercimon	Wesley	

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DE NUELO/PASSAQUATINHO

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Ozias Martins Oliveira	Paulo Ant. dos Santos	André Matos	
Norival	Vicente	Antonio G. Magela	
Aparecida			

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DE PASSA QUATRO

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Maria Helena	Sérgio	Gilmar Eurico	Osias
Teresinha	Cleiton	Tiago	Adão
Pedro	Cleritonlorisvaldo	Domingos	Misael
Ana	Maria Aparecida	Nelci	Deusdete
Paulo	Teresinha de Jesus	Sandra	Manoel
Eurípedes	Ordimar		Marquinhos
	Benedito Gregório		

NÚCLEO REPRESENTATIVO DA REGIÃO DE BELA VISA DE GOIÁS

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Roberto Senhorini	Canova Gomes	Livertino	Vilmar
Laudicena	Maria	Benedito	Ernesto
Erto Guimarães	Ari Gonzaga	Gilberto A. Tavares	Antônio Alexandre
Cristiano P. da Silva	José Santos	José Paiva	Marisa Guimarães
		Wanderlan C. Silva	

**FASE II – FECHAMENTO DOS DADOS LEVANTADOS NA FASE I RENOVAÇÃO DO TEXTO DA
MISSÃO E DA VISÃO**

As propostas levantadas na fase I foram compiladas, avaliadas, fechadas e aprovadas e em 14.01.2011 ocorreu um ajuste no texto da missão e da visão, conforme descrição neste documento, pelos associados, representantes de cada núcleo eleitos para esta finalidade, tendo comparecido os seguintes:

FASE II

**LÍDERES ELEITOS PARA AVALIAÇÃO E FECHAMENTO DAS PROPOSTAS DA FASE I QUE
COMPARECERAM NO EVENTO**

NOME	REGIÃO
André Luiz de Mattos	
Antônio Sabino Filho	Roselândia
Divair Fernandes da Cunha	Conceição
Ernesto Gomes Bento	Bela Vista
Gleide Borges	Bela Vista
Hermínio Moreira de Melo	Larga
João Batista da Paixão Junior	Passa Quatro
João José de Deus	Larga
José de Paula Moraes	Larga
José Deusdete de Souza	Passa Quatro
José Pedro da Silva Rodrigues	Conceição
Laudicena Lemes da Silva Araújo	Bela Vista
Magaly F. N. Moreira	Larga
Ozias Martins de Oliveira	Nuelo
Paulo Antônio dos Santos	Nuelo
Saul Rodrigues dos Santos	Roselândia
Wandelan Celso da Silva	Bela Vista
Vicente Cândido	Conceição
Wagner da Cunha Siqueira	Conceição

Identidade

A COOPERATIVA AGROPECUÁRIA MISTA DE BELA VISTA DE GOIÁS é uma entidade do ramo cooperativista fundada em 1971, com localização na Rua Cel. João Camilo, N: 496, Centro, Bela Vista de Goiás. Nossa organização foi criada com o objetivo de auxiliar os agropecuaristas associados na produção e comercialização de seus produtos, buscando facilitar suas ações para que estes possam apresentar resultados satisfatórios nos seus empreendimentos a fim de potencializarem as suas atividades com garantia de auto-sustentação.

Nossa atuação dá-se por meio da comercialização de produtos por nós fabricados e mercadorias, consultorias e estratégias no mercado agropecuário mantendo uma estreita relação com fornecedores, clientes e parceiros, bem como assistência técnica aos associados.

A sociedade é formada por 90 funcionários, dois conselhos, um de administração e um conselho fiscal, mais 2.518 associados, sendo que destes 429 são fornecedores de leite.

14 de janeiro de 2011.

ASPECTOS CULTURAIS

Nossos valores

ÉTICA
HONESTIDADE
CONFIANÇA
SOLIDARIEDADE
CREDIBILIDADE
TRANSPARÊNCIA
RESPEITO
FIDELIDADE
RESPONSABILIDADE
COMPROMISSO
SERIEDADE
COMPROMETIMENTO
RECONHECIMENTO
IDONEIDADE

NOSSA MISSÃO

ATENDER AS NECESSIDADES DOS COOPERADOS, DOS COLABORADORES E DA SOCIEDADE NA QUAL ESTÁ INCERIDA, ATRAVÉS DE AÇÕES PLANEJADAS, VISANDO A MELHORIA DA QUALIDADE DOS SEUS PRODUTOS E A RACIONALIDADE DOS SEUS PROCESSOS COM O FIM DE SATISFAZER AS DEMANDAS DO SEU QUADRO SOCIAL, EM PERFEITA HARMONIA COM O BEM ESTAR DOS ANIMAIS E PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE.

NOSSA VISÃO DE FUTURO

SER SEMPRE UMA ENTIDADE SÓLIDA, FORMADA POR ASSOCIADOS E COLABORADORES CAPACITADOS PARA AS EXPECTATIVAS DA SOCIEDADE, COM FOCO NAS EXIGÊNCIAS DO MERCADO COMPETITIVO, ATRAVÉS DA OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE ALTA QUALIDADE, NA PREMISSA

DE QUE TODOS OS COOPERADOS MANTENHAM SUAS PROPRIEDADES AUTO-SUSTENTÁVEIS, DE CONFORMIDADE COM A FILOSOFIA DO COOPERATIVISMO.

ESTUDO DO AMBIENTE

AMBIENTE INTERNO:

NOSSOS PONTOS FORTES

RECURSOS HUMANOS
 TRANSPARÊNCIA
 CREDIBILIDADE
 *ATENDIMENTO
 RESPEITO AOS ASSOCIADOS
 INCENTIVO AO PEQUENO PRODUTOR
 *ASSISTÊNCIA TÉCNICA
 SUPERMERCADO PRÓPRIO
 GARANTIA DE QUALIDADE DOS PRODUTOS FORNECIDOS
 RESPEITO AO PRÓXIMO
 INTEGRAÇÃO DE IDÉIAS E ATITUDES
 VALORIZAÇÃO E RECONHECIMENTO EM RELAÇÃO ÀS LIDERANÇAS INTERNAS E EXTERNAS
 CAPACIDADE DE CONCENTRAÇÃO DE ESFORÇOS
 PONTUALIDADE NA SOLUÇÃO DE COMPROMISSOS
 *consta também nos pontos fracos

NOSSOS PONTOS FRACOS

INSUFICIÊNCIA NUMÉRICA DE VETERINÁRIOS
 INEFICIÊNCIA NA BUSCA DE NOVOS ASSOCIADOS E RECNQUISTA DOS AFASTADOS
 CRITÉRIOS NA POLITICA DE PREÇOS PARA OS ASSOCIADOS
 FALTA DE NCENTIVO NA DIVESIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO DOS ASSOCIADOS
 MARKETING
 BAIXA FREQUÊNCIA DOS SÓCIOS NAS ATIVIDADES DA COOPERATIVA
 ATENDIMENTO
 FALTA DE COMPETITIVIDADE NA PRÁTICA DA ATIVIDADE COMERCIAL
 INSTALAÇÕES
 INATIVIDADE DE ASSOCIADOS
 INFIDELIDADE DE COOPERADOS
 EXCESSO DE FUNCIONÁRIOS
 ALTO CUSTO DOS PRODUTOS
 ORGANIZAÇÃO DA ASSISTÊNCIA TÉCNICA
 FALTA DE BALCÃO DE NEGÓCIOS (POLÍTICA DE COMPRAS E VENDAS)
 FALTA DE CONTROLE ZOOTÉCNICO
 POLÍTICA DE COMPRAS – FALTA DE UMA CENTRAL DE COMPRAS DE INSUMOS
 ATENDIMENTO AO ASSOCIADO (DEMORA NA ENTREGA DE RAÇÃO)
 ASSISTÊNCIA TÉCNICA
 FALTA DE CAPACITAÇÃO DA MÃO DE OBRA
 DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS (MARKETING)
 FALTA DE AÇOUGUE E LANCHONETE

FALTA DE OUSADIA POR PARTE DA ADMINISTRAÇÃO PARA IMPLANTAR PROCESSOS DE INDUSTRIALIZAÇÃO
 FALTA DE ASSISTÊNCIA EM EQUIPAMENTOS COMO ORDENHADEIRAS E TANQUES

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES

PONTOS DE VENDAS EXTERNOS (Filiais)
 INDUSTRIALIZAÇÃO DO LEITE
 IMPLANTAÇÃO DE UM FRIGORÍFICO
 IMPLANTAÇÃO DE UM BALCÃO DE AGRONEGÓCIO
 MERCADO DO LEITE - DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES (AMPLIAR ÁREA DE ATUAÇÃO PARA ALÉM DE LEITE)
 DIVERSIFICAÇÃO DO MERCADO AGROPECUÁRIO NA REGIÃO (Incentivar diversificação de produtos agrícolas)
 DISPONIBILIDADE DE LINHAS DE CRÉDITO OFICIAIS A CUSTOS BAIXOS
 EXPANSÃO DO CONSUMO DE PRODUTOS LACTEOS
 LOCALIZAÇÃO EM GRANDE MERCADO CONSUMIDOR
 OPÇÕES DE PARCERIAS COM ENTIDADES VOLTADAS AOS INTERESSES DO PROCESSO PRODUTIVO E COMERCIAL
 POSSIBILIDADES DE PARCERIAS COM ÓRGÃOS PÚBLICOS
 MERCADO PROMISSOR DE PRODUTOS LÁCTEOS

AMEAÇAS

IMPORTAÇÕES DE PRODUTOS DO SETOR DO AGRONEGÓCIO
 DESCASOS EM RELAÇÃO À QUALIDADE DO LEITE
 FALTA DE POLÍTICA DE PREÇOS MÍNIMOS POR PARTE DO GOVERNO
 POLÍTICA CAMBIAL
 CONCORRÊNCIA DESLEAL
 DESEQUILÍBRIO ECOLÓGICO
 POLÍTICA DE CRÉDITO POR PARTE DO GOVERNO FEDERAL PARA O SETOR AGROPECUÁRIO
 DESMOTIVAÇÃO DO SETOR PRODUTIVO
 BAIXO CONSUMO DE PRODUTOS LÁCTEOS (veja que aparece como oportunidade)
 FALTA DE ÉTICA DE AGENTES DA CADEIA DO LEITE EM RELAÇÃO À QUALIDADE
 INSTABILIDADE NO FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA
 ESTRADAS NÃO PAVIMENTADAS E MAL CONSEVADAS
 MÃO DE OBRA DESQUALIFICADA
 PROPAGANDA NEGATIVA EM RELAÇÃO AO LEITE
 MUDANÇAS DE GOVERNOS: FEDERAL E ESTADUAL
 ORGANIZAÇÃO E MARKETING FORTE DAS INDÚSTRIAS DE REFRIGERANTES

OBJETIVOS

GERAL:

- Contribuir, de forma efetiva, com os associados e clientes através da oferta de produtos e serviços de alta qualidade por meio de ações seguras e tempestivas nas áreas de: assistência técnica, atendimento, alimentação, combustíveis e suplementação animal, de forma a proporcionar condições próprias que favoreçam o alcance do sucesso, através de resultados positivos e sustentáveis no contexto geral do mercado do agronegócio, elevando os níveis de satisfação decorrentes da lucratividade por parte da instituição e dos associados.

ESPECÍFICOS:

- Agregar valor ao leite do produtor, entregue para comercialização, através da industrialização própria ou por meio de outras alternativas via de parcerias ou fusão com outras instituições do ramo.

- Retomar o projeto que visa construção de um frigorífico em Bela Vista de Goiás visando a diversificação dos nossos negócios por meio de novas oportunidades.

- Otimizar as atividades da assistência técnica especializada oferecida aos associados a fim de que estes, através de gestão adequada, tenham, de fato, boas condições para gerenciar sua produção e obter produtividade e rentabilidade satisfatórias nos seus empreendimentos.

- Estimular as ações de aproximação da Cooperbelgo com os seus associados através de atitudes que facilitem e incentivem a participação dos mesmos no planejamento estratégico da instituição e se renove, sempre, o processo de reciclagem sobre as questões cooperativistas, visando estabelecer laços concretos de confiança e credibilidade.

- Incrementar as atividades da seção de marketing, recentemente implantada, proporcionando novas perspectivas de negócios e possibilitando criar condições de melhoria do relacionamento com os associados e clientes.

- Atentar, de forma sistemática e tempestiva, para as possibilidades e situações de fusão entre cooperativas e centrais cooperativistas, vislumbrando, sobretudo, os interesses dos associados e a segurança da instituição para as diversas situações de complexidade que sempre envolvem esses processos.

- Criar mecanismos de acompanhamento e controle sobre os processos de compras, visando garantir eficiência e segurança na aquisição de insumos e mercadorias para produção e para venda.

- Melhorar o processo de divulgação de produtos, mercadorias e serviços através da preparação de associados e colaboradores para esta finalidade, incentivando iniciativas de trabalho direcionadas para o incremento das vendas internas e externas.

- Buscar alternativas de melhora nos índices de rotação dos estoques e das contas a receber.

- Melhorar as condições de dependência de capital de terceiros, através de melhores condições de pagamento nas compras, reforçando, assim, as posições de capital de giro próprio.

AÇÕES PROPOSTAS

- Incrementar as iniciativas do marketing interno
- Otimizar as atividades da Gerência de Assistência Técnica Nutrição e Qualidade
- Estender as aulas destinadas aos colaboradores de fazendas a todos os empreendimentos rurais explorados por associados.
- Reforçar o programa de valorização e desenvolvimento dos recursos humanos.
- Estruturar as atividades da área de compras garantindo maior participação nos respectivos processos.
- Promover a Implantação do Planejamento Estratégico.
- Estreitar laços de confiança e credibilidade com os associados através da participação deles nas grandes questões de interesse da instituição.
- Melhorar o processo de comunicação com os associados, a respeito de assuntos de seu interesse, inclusive sobre o cronograma de visitas da assistência técnica.
- Desenvolver mecanismos de controle que possibilitem antecipar ao associado as informações de seu interesse sobre o preço que será pago pelos seus produtos, com antecedência de 30 dias.
- Implantar e adotar melhor gerenciamento das contas de resultado através do orçamento.
- Acompanhar, com atitudes tempestivas, os processos de fusão entre cooperativas e centrais cooperativistas.
- Providenciar as ações e as tarefas necessárias para viabilizar a pasteurização do leite e sua colocação no mercado representado pelas Prefeituras da região com a finalidade de suprir a demanda da merenda escolar.
- Melhorar as condições de trabalho das instalações da sede através da ampliação do espaço utilizado pela administração e conseqüentemente melhorar o espaço destinado ao supermercado.
- Atuar, de forma mais incisiva, no sentido de apoiar as iniciativas de valorização e incremento das representações ruralistas nos diversos parlamentos.

- Implantar programa de otimização de resultados através do aumento das receitas e melhor gerenciamento dos custos e das despesas.
- Providenciar a mudança da loja veterinária para local de melhor destaque e fácil acesso.

Indicadores

- Relatórios do plano orçamentário a serem produzidos mensalmente de acordo com as necessidades dos gestores;
- Demonstração mensal do resultado;
- Balancetes patrimoniais mensais;
- Fluxo de caixa;
- Indicadores de desempenho (liquidez corrente, liquidez seca, liquidez total, rotação de estoques, rotação de contas a receber, outros, conforme necessidade do gestor)
- Demonstrativo de recuperações de inadimplências;
- Relatórios críticos de desempenho das áreas (pontos estratégicos)

PLANO DE AÇÃO

DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES PROPOSTAS – PLANO DE AÇÃO PARA 2011 (ESTE DOCUMENTO DEVE SER RENOVADO E EMITIDO PARA CADA ANO)

O QUE?	QUEM?	COMO?	QUANDO?	ONDE?	CUSTO?
1-INCREMENTAR INICIATIVAS DO MARKETING INTERNO.	Administração e Gerência de Desenvolvimento Humano e Infra estrutura.	1.1-Preparando colaboradores para melhor valorização da nossa marca, dos nossos produtos, dos nossos associados e	Imediatamente e de acordo com cronograma de desenvolvimento firmado com o SESCOOP.	Em todos os pontos de relação com associados e clientes.	

		práticas de alimentação, reprodução, e sanidade dos animais, bem como as técnicas de cultivo de lavouras e formação de pastagens e outras forragens.			
3-REFORÇAR O PROGRAMA DE VALORIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DOS RECURSOS HUMANOS.	Administração e GDHI	<p>3.1-Praticando as orientações no Regulamento de Pessoal da Instituição e a política de desenvolvimento humano pré estabelecida através de convênios com o SESCOOP.</p> <p>3.2-Exercitando questões de valorização da produtividade através de instrumentos que recompensem os diferentes em termos de eficiência e eficácia.</p> <p>3.3-Mantendo efetivo acompanhamento no desempenho de cada colaborador, através das respectivas gerências, visando identificar e sanar eventuais dificuldades que possam prejudicar a relação da Instituição com seus associados e</p>	<p>A partir de janeiro de 2010</p> <p>A partir janeiro de 2010.</p> <p>A partir de janeiro de 2010.</p>	<p>Nos diversos setores da Cooperbelgo.</p> <p>Em todos os setores da Cooperbelgo.</p> <p>Em todos os setores da Cooperbelgo.</p>	

		clientes.			
4-ESTRUTURAR AS ATIVIDADES DA ÁREA DE COMPRAS	Gerência de compras	de	4.1-Mantendo atualizado o cadastro de fornecedores	A partir de fevereiro de 2010.	No setor de compras.
	Gerência de compras	de	4.2-Observando e cumprindo as disposições inseridas nas Resoluções 004 e 005/2010.	A partir de fevereiro de 2010.	No setor de Compras.
	Gerência de compras	de	4.3-Avaliando com atenção as oportunidades de compras oferecidas, (prazos, condições de pagamento) compatibilizando-as com as reais necessidades da Cooperbelgo.	A partir de fevereiro de 2010.	No setor de compras.
	Gerência de compras	de	4.4-Observando o comportamento do mercado de forma a se estabelecer uma visão de possibilidades que tenha por objetivo favorecer o nosso negócio, através de sistemática racionalização de custos.	A partir de fevereiro de 2010.	No setor de compras.
5-AGIR NO SENTIDO DE ESTREITAR OS LAÇOS DE CONFIANÇA E CREDIBILIDADE COM OS ASSOCIADOS	Administração e todas as gerências	e	5.1-Viabilizando a participação dos associados no processo de gestão, através de sua colaboração efetiva no Planejamento Estratégico da Instituição.	Novembro e dezembro de 2010 e a partir de janeiro de 2011.	Administração e Gerências.
	Administração e todas as gerências	e	5.2-Adotando, efetivamente, o procedimento de nucleação.	A partir de fevereiro de 2011, bimestral	Nas localidades que foram eleitas como

		Administração e todas as gerências	5.3-Mantendo atendimento especial e diferenciado em todos os setores da Cooperativa.	A partir de fevereiro de 2011.	núcleos.	
6-IMPLANTAR E ADOTAR GERENCIAMENTO EFETIVO NAS CONTAS DE RESULTADO ATRAVÉS DO ORÇAMENTO	Administração, Área de Informática, Contabilidade e todas as gerências.	6.1-Fazendo o levantamento das contas de resultado por gerência ou centro de custos.	Para fechamento em março de 2011.	Na Administração		
	Administração	6.2-Estabelecer as metas para o exercício de 2011.	Em fevereiro de 2011.	Na Administração		
	Área de informática e gerências.	6.3-Implantar as informações no sistema para geração dos relatórios.	Em fevereiro de 2011.	Na área de Informática.		
	Área de Informática.	6.4-Gerarando os relatórios que forem de interesse dos diversos gestores.	A partir de março de 2011.	Nos diversos Centros de Custo.		
	Administração e gerências	6.5-Implantando programa de otimização de resultado através do incremento da receita e correta gestão de despesas e custos	A partir de março 2011	Nos diversos Centros de Custos.		
7-PROVIDENCIAR AS AÇÕES NECESSÁRIAS PARA VIABILIZAR O PROCESSO DE PASTEURIZAÇÃO DE LEITE E COLOCAÇÃO DO PRODUTO NO MERCADO.	Administração	7.1-Contratando profissional apto para elaborar projeto, verificando viabilidade econômica e procedimentos seguintes.	Fevereiro de 2011.	Na administração		
		7.2-Acompanhar o desenvolvimento das tarefas de elaboração do	A partir de fevereiro de 2011.	Na Administração		

		projeto, diligenciando no sentido de agilizar o seu desfecho.			
8-RETOMAR OS ESTUDOS QUE VISAM A CONSTRUÇÃO DE UM FRIGORÍFICO EM BELA VISTA DE GOIÁS	Administração	8.1-Iniciando trabalho de viabilização de local apropriado para construção.	A partir de abril de 2012.	Junto à Prefeitura local.	
	Administração	8.2-Re-estabelecendo contatos para elaboração de projeto de viabilidade econômica.	A partir de abril de 2012.	No mercado	
	Administração	8.3-Acompanhando os procedimentos e situações decorrentes.	A partir de abril de 2012	Na Administração	
9-ACOMPANHAR PROCESSOS DE FUSÃO DAS COOPERATIVAS E CENTRAIS COOPERATIVISTAS	Administração	9.1-Mediante acompanhamento das situações decorrentes e viabilizando perspectivas de participação.	Imediatamente	Na Administração	
10-MELHORAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO E DE ATENDIMENTO NAS INSTALAÇÕES DA SEDE ATRAVÉS DA RACIONALIZAÇÃO DO ESPAÇO FÍSICO.	Administração	10.1-Através da ampliação da área destinada à administração e ao escritório, aproveitando oportunidades de utilização estruturas metálicas, e melhorando as condições de trabalho e de atendimento ao associado.	Outubro de 2011.	Na administração	
	Administração	10.2-Mudando a loja veterinária para local mais adequado ao desenvolvimento de suas atividades	Maio de 2011	Na administração	
	Administração	10.3-Ampliando a	Maio de 2011	Na	

	Administração	área do supermercado. 10.4-Criando alternativas para comercialização de outras mercadorias no supermercado, a exemplo de pão e carne.	Maio de 2011	Administração Na administração	
11-ATUAR DE FORMA INCISIVA NO SENTIDO DE APOIAR INICIATIVAS DE VALORIZAÇÃO E INCREMENTO DAS REPRESENTAÇÕES RURALISTAS NOS DIVERSOS PARLAMENTOS.	Administração	11.1-Através de providências de apoio às lideranças visando incrementar as ações da FRESCOOP, conforme orientação da OCB.	Em oportunidades em que houver solicitações.	Na Administração	
12-BUSCAR ALTERNATIVAS DE MELHORAR OS INDICADORES DE ROTAÇÃO DE ESTOQUES E CONTAS A RECEBER VISANDO FAVORECER O FLUXO DE CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO.	Administração e Gerências	12.1-Através de acompanhamento sistemático no fluxo das diversas mercadorias destinadas à venda, em todos os pontos de atendimento.	A partir de fevereiro de 2011.	Nos diversos pontos de atendimento e na gerência de compras.	
	Administração e Gerências.	12.2-Mediante a prática de critérios eficientes na seleção de clientes a prazo, conforme prevê normativas internas.	A partir de fevereiro de 2011.	Na Administração e nos pontos de venda.	
13-ADOTAR PROCEDIMENTOS DIFERENCIADOS PARA OS DEVEDORES INADIMPLENTES	Administração e Gerências.	13.1-Selecionar as operações consideradas problemas.	A partir de fevereiro de 2011.	No setor de contas a Receber	
	Administração	13.2-Contratando	A partir de	Na	

		serviços de pessoas jurídicas especialistas em recuperação de créditos.	fevereiro de 2011.	Administração	
14-ADOTAR MEDIDAS VISANDO INCREMENTAR AS RECEITAS DE VENDAS.	Administração e áreas de vendas	14.1-Melhorando as condições físicas nas áreas de atendimento (loja Veterinária, Supermercado e Posto de combustíveis).	A partir de fevereiro de 2011.	Na Administração e áreas de vendas	
	Administração	14.2-Retomando o projeto de vendas externas.	A partir de março de 2011.	Nas áreas de vendas	
	Administração e Gerências de vendas.	14.3-Renovando vendedores e melhorando condições de trabalho e de atendimento.	A partir de fevereiro de 2011.	Na Administração e áreas de vendas	