



Recebido em 18/11/2018. Aprovado em 05/11/2019. Publicado em 15/07/2020.

Editor: Dr. Ivano Ribeiro

Processo de Avaliação: *Double Blind Review* - SEER/OJS
e-ISSN: 2359-5876



PROPOSTA DE ELABORAÇÃO DE UM MATERIAL DE INFORMAÇÃO E DIVULGAÇÃO SOBRE O SISTEMA ASSOCIATIVISTA EMPRESARIAL BRASILEIRO

Elisabeth Loureiro Gomig ¹

RESUMO

O presente relato técnico tem como tema abordado a proposta de elaboração de um material de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Empresarial do Brasil. Com 106 anos o Sistema Associativista Empresarial Brasileiro é uma das organizações brasileiras com maior capilaridade, possui quatro níveis hierárquicos, sendo eles a Confederação, Federação, Coordenadoria e Associação Comercial local. Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, bibliográfica e descritiva, onde foram levantados dados através de um questionário estruturado com 5 perguntas no período de dois dias, de 21 a 23 de junho de 2018, aos colaboradores e associados de 19 associações comerciais e empresariais da região Oeste do Paraná. Através do estudo, será analisado a viabilidade da elaboração de um material que sirva de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Empresarial do Brasil. Ao fim deste estudo, tem-se a intenção de elaborar um material de informação e divulgação, para ser distribuído como base de consulta aos empresários interessados em participar do sistema e aos associados e colaboradores que já fazem parte das associações empresariais do Oeste do Paraná.

Palavras-chave: Associações Empresariais; Sistema Associativista; Material de Informação.

PROPOSAL TO ELABORATE AN INFORMATION AND DISSEMINATION MATERIAL ABOUT THE BRAZILIAN BUSINESS ASSOCIATIVE SYSTEM

ABSTRACT

The present technical report has as its theme the proposal to elaborate an information and dissemination material about the Brazilian business associative system. Founded 106 years ago, the business associative system is one of the Brazilian organizations with the greatest capillarity, having four hierarchical levels: Confederation, Federation, Coordination and local Commercial Association. This paper is characterized as a qualitative, bibliographic and descriptive research, in which its data was collected through a structured questionnaire with 5 questions in the period of two days from June 21st to June 23rd, 2018, to the collaborators and associates of 19 commercial and business associations of the western region of Paraná. Through the study, will be analyzed the viability of the elaboration of a material that serves as information and dissemination on the Brazilian business associative system. At the end of this study, it is intended to elaborate an information and dissemination material to be distributed as a basis of consultation to the entrepreneurs interested in participating in the system and to the associates and collaborators who are already part of the business associations of the west of Paraná.

Keywords: Business Associations; Business Associative System; Information Material.

¹ Especialista em Gestão Pública e Gerenciamento de Projetos pela Unioeste e Graduada em Administração de Empresas pela Univel. E-mail: elisabethloureiro-7@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

O associativismo empresarial tem como objetivo auxiliar as empresas a utilizar as vantagens que as associações lhes proporcionam para desenvolver o seu negócio, suas estratégias competitivas e a sua região. As associações empresariais (ACEs) fazem isso promovendo atividades econômicas, defendendo os interesses dos associados e, ainda, cooperando e fechando parcerias com entidades públicas. Além disso, elas ainda proporcionam o networking, criando laços com clientes ou potenciais clientes, entre outros pontos importantes.

De um modo geral, a associação comercial é uma organização que valoriza o coletivo. Através dela e de acordos feitos entre seus associados, muitos serviços e produtos são disponibilizados para um grupo de empreendedores de forma muito mais acessível, e de forma que há benefícios compartilhados entre esse grupo. Algumas ACEs contam com assessoria Jurídica e administrativa para apoiar os empresários, outro fator muito importante é a troca de experiência e os treinamentos contínuos que as essas associações promovem.

O Sistema Associativista no Brasil compreende quatro níveis hierárquicos, sendo a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil - CACB, com sua sede em Brasília/DF, composta por 2 milhões de empresários é subdividida em 27 federações, uma das entidades mais antigas das Américas com 106 anos (CACB, 2018). Em âmbito estadual temos a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná - FACIAP, sediada em Curitiba/PR, com 50 mil empresas filiadas organizadas geograficamente por doze regionais, sendo que uma delas é a Caciopar. A Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná - CACIOPAR, sendo uma entidade regional que integra 46 associações empresariais e contempla 13 mil empresas, localizada em Cascavel/PR. E, como último nível hierárquico a Associação Empresarial situada em cada cidade.

Perante a dimensão do sistema, percebe-se a necessidade da criação de um material que explique a existência de um sistema integrado, que muitas vezes é entendido como fragmentado.

Neste contexto, surge a questão do estudo: a elaboração de um material de informação e de divulgação do sistema associativista do Brasil é viável?

Este trabalho se justifica para estudar a viabilidade de elaborar um material de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Empresarial Brasileiro, ao empresário que tenha interesse em participar do sistema e também aos funcionários e associados que já façam parte dele. E justifica-se também pelo interesse acadêmico de ampliar conhecimentos sobre o Associativismo do Brasil.

Diante do exposto o seguinte trabalho tem como objetivo estudar a viabilidade de elaborar um material informativo que possa ser utilizado para apresentar o Sistema Associativista do Brasil e que sirva como base de consulta aos empresários e empreendedores que queiram fazer parte do associativismo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será abordado sobre as associações empresariais, seguido pelo sistema associativista, e para concluir será apresentado sobre material de informação.

2.1 Associações Empresariais

As organizações associativas abrangem um complexo sistema de relações sociais que se estruturam a partir das necessidades, das intenções e interesses das pessoas que cooperam entre si com o intuito de resolver eventuais fragilidades em seus setores.

Teixeira (2002) enfatiza que as associações voluntárias consistem em elemento fundamental da sociedade civil, dando-lhes base institucional. Geralmente, nomeadas como “as sem fins lucrativos” ou também como as “não governamentais”. São organizações resultantes da reunião legal entre duas ou até mais pessoas, com ou sem personalidade jurídica.

Finalmente, definimos as associações como agrupamentos organizados, privados, que não distribuem lucros, auto administradas e voluntárias. Embora, as associações não tenham fins lucrativos, podem produzir resultados econômicos a serem socializados entre os seus membros de forma solidária (TEIXEIRA, 2002).

Uma Associação Empresarial tem a missão de juntar empresários e fortalece-los através de programas de benefícios em grupo, com a oferta de produtos e serviços, e por meio de intervenção ao setor público com o grupo, entre outras situações. As ACEs também ajudam os empresários e seus colaboradores com capacitações e profissionalização.

As Associações Empresariais são entidades independentes, possuindo liberdade para reivindicar o atendimento às necessidades de seus associados, elaborar propostas e cobrar providências a quem de direito. Ao se associar em uma Associação Comercial o empresário pode participar de programas como o Empreender, que podem atrair clientes, fortalecer o comércio e indústria do seu município e região (CACB, 2018).

Muitos se associam com o objetivo de aumentar suas vendas, mas as ACEs também têm a função de unir os empresários concorrentes para conseguir melhorias do setor bem como trocar experiência entre eles, fortalecendo vínculos, fazendo-os mais fortes como grupo.

2.2 Sistema Associativista

O Sistema Associativista Empresarial Brasileiro atua em três áreas estratégicas sendo elas, a prestação de serviços que contribui para o desenvolvimento das empresas associadas e a sustentabilidade da entidade, no desenvolvimento local, para alavancagem da economia local, com reflexos positivos em todos os setores produtivos e na promoção da cultura associativista, é considerada o eixo mais importante promovendo um modelo de governança baseado nos princípios do associativismo que são: livre adesão, gestão democrática, participação econômica dos sócios, autonomia, aperfeiçoamento contínuo e valorização da educação, interação entre os associados e compromisso com a comunidade (EMPREENDER, 2005).

Segundo Brugg (2016) o Sistema Associativista Empresarial Brasileiro é organizado através de uma entidade máxima, a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil – CACB que é formada por 27 Federações, representantes de cada um dos estados, e estas agregam 2.300 Associações Comerciais e Empresariais que associam por adesão voluntária mais de dois milhões de empresários em todo o país, pessoas jurídicas e físicas, de todos os setores da economia, ou seja, é uma organização sem fins lucrativos e multissetorial. O Sistema Associativista Empresarial Brasileiro é apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Sistema Associativista Empresarial Brasileiro

Fonte: CACIOPAR (2018)

Ainda, no âmbito do Estado do Paraná, fundada em 1959, atua a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná – Faciap, que representa hoje 290 associações comerciais e um universo de mais de 50 mil empresas em todo o Estado (FACIAP, 2018). A entidade é uma das maiores instituições do sistema no Brasil. Regionalmente, a Faciap atua junto às Associações Comerciais e Empresariais do Estado através de 12 coordenadorias regionais. Uma delas, fundada em 1976, é a Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná - Caciopar, atualmente integrada por 46 associações e abrange um universo de mais de 13.000 empresas associadas por livre adesão (CACIOPAR, 2018).

O associativismo promove o desenvolvimento local na medida em que consegue criar vínculos com a sociedade e como consequência desenvolver a sua localidade e região. Segundo Salomão apud Canterle (2013), o associativismo é uma questão primordial para o potencial de independência do desenvolvimento de qualquer comunidade, ao articular as necessidades primárias. Para que o movimento associativo possa alcançar seus objetivos e ajudar verdadeiramente no processo de desenvolvimento local, precisa de mais apoios e parcerias, e só será benéfico se houver a participação de todos.

Por ser um sistema que visa a união entre o empresariado para garantir o desenvolvimento setorial, o associativismo depende que diferentes atores, como o poder público, estejam conectados ao sistema de alguma forma. O ator Estado, como exemplo, precisa dar as empresas participantes do processo, as ferramentas que elas necessitam para se inserirem e difundirem o sistema. Estando interconectado, faz com que atuem como

propulsoras do desenvolvimento da sua região, onde o público, o privado e o meio social sejam beneficiários diretos. Podemos citar como exemplo os núcleos setoriais que tem como propósito aproximar empresários de um mesmo segmento econômico e fazer com que passem a trabalhar pelo fortalecimento conjunto do setor (ACIC, 2018).

2.3 Material de Informação

De acordo com Carvalho (2000) a informação é o conjunto de dados que, se fornecido sob a forma e tempo adequados, melhora o conhecimento da pessoa que recebe, e a habilita a desenvolver melhor determinada atividade, ou tomar decisões melhores.

A informação em conjunto com recursos tecnológicos é uma necessidade para o funcionamento tático, estratégico e operacional de qualquer empresa. Por sua vez o material de informação escrito é um instrumento que facilita o processo educativo uma vez que permite ao leitor, destinatário da comunicação, uma leitura possibilitando-lhe a superação de eventuais dificuldades (MALHOTRA, 2001).

Além disso, a informação constitui-se em um recurso que precisa ser plenamente dominada pelos países em desenvolvimento. É fundamental que os canais de informação, formal e informal, sejam ativos e funcionem de forma integrada. Os canais de informação são utilizados de forma oral: através de contatos entre as pessoas, conferências, congressos e encontros e também de forma escrita: através de artigos, livros, cartas, cartilhas, folder, de redes internacionais acionadas por computadores, que possibilitam um intercâmbio mais direto (MARCANTONIO; SANTOS; LEHFELD, 1993).

Para Brum (2010), por mais que os meios eletrônicos e digitais tenham evoluído, a comunicação interna entre as empresas continua ainda muito concentrada no papel, o que mais tem se criado, finalizado e produzido são cartilhas, manuais, banners, folders, panfletos, cartões, revistas, informativos, displays, etc. Apesar de muitas empresas estarem utilizando meios eletrônicos e digitais com muita eficácia, isso não substitui o papel, especialmente em instrumentos de informações visuais, que além de cumprir o objetivo de comunicar e divulgar, também decoram a empresa.

3. MÉTODOS

Segundo Marconi e Lakatos (2001), metodologia da pesquisa é o que abrange o maior número de itens em um trabalho científico, pois responde várias perguntas de uma vez só.

Este estudo configura-se como qualitativo, pois buscou identificar e analisar os elementos de natureza subjetiva previstos no objetivo proposto.

Foi realizada também uma pesquisa bibliográfica, que é a atividade de organizar, estruturar e realizar uma coleta de dados que irão sustentar um trabalho seja ele acadêmico ou não, é a reunião de informações contidas em livros publicados e artigos científicos divulgados sobre o tema abordado (GIL, 1999). Sendo assim foi realizada uma pesquisa que visa estudar a viabilidade de elaborar um material de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Empresarial do Brasil.

Caracteriza-se ainda, como um estudo descritivo, pois tem como intuito descrever fenômenos, levantando as características de uma determinada população, procurando o estabelecimento das relações entre as variáveis (LAKATOS; MARCONI, 2002).

Para auxiliar o levantamento de dados, foi utilizado um questionário. De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007), o questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com mais certeza o que se deseja. Referem-se a um meio de obter respostas às questões que o próprio informante preenche. É necessário estabelecer com critério, as

questões mais importantes a serem propostas e que interessam ser conhecidas, de acordo com os objetivos. O questionário foi formatado pela ferramenta Qualtrics, com cinco questões fechadas referente ao tema escolhido e foram encaminhados por e-mail às 46 associações comerciais que fazem parte da região Oeste do Paraná, e a coleta de dados ocorreu no período de 21 a 23 de junho de 2018, onde obteve-se 81 respostas. A análise dos dados foi feita por porcentagem e os mesmos foram apresentados através de gráficos.

4. CONTEXTO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Um das maiores vertentes do associativismo empresarial é ajudar as empresas a utilizar as vantagens que as associações lhes proporcionam para potencializar o seu negócio e desenvolver as suas estratégias competitivas. O Associativismo vem como cooperação entre empresas de forma que estimula a competitividade em um mercado mais disputado, sendo assim, formando parcerias entre as empresas que está ligado diretamente em visualizar o seu concorrente como um parceiro e não como um inimigo, possibilitando assim o fortalecimento, exploração de novas oportunidades e oferecimento de produtos com qualidade superior e diversificada.

Nesse contexto, a cooperação entre empresas tem se destacado como um meio capaz de torná-las mais competitivas seguindo então para o processo de união e crescimento. Acredita-se que a prática de cooperar é a melhor forma que poderá revolucionar o mundo dos negócios (CACB, 2018).

Cada um dos níveis hierárquicos do sistema associativista tem sua devida importância, as associações locais com a defesa dos interesses de seus associados e a prestação de serviços para o desenvolvimento dos mesmos, regionalmente a Coordenadoria com a missão de integrar, fortalecer e representar as ACEs, visando o desenvolvimento socioeconômico do Oeste do Paraná, em nível estadual, a Federação com o objetivo de defender os interesses empresariais, ao promover o desenvolvimento sustentável das associações comerciais e do sistema associativista, com solução em produtos e serviços, contribuindo para a competitividade do Estado do Paraná. E em último a nível nacional, a Confederação defendendo e reivindicando perante aos poderes públicos, os direitos, interesses e aspirações das classes empresariais e desenvolvendo ações para o fortalecimento das entidades empresariais, incentivando o associativismo.

Mesmo com mais de 100 anos o sistema associativista não é devidamente conhecido pelo meio empresarial, na região Oeste do Paraná o Percentual de empresas em funcionamento x empresas associadas é de 33,45% (IPARDES 2016). O primeiro contato do empresário ao sistema associativista se dá nas associações comerciais e empresariais locais - ACEs, que oferecem produtos e serviços aos mesmos, e as ACEs deveriam ter o comprometimento de explicar que além da entidade local, também existe uma entidade regional, uma estadual e nacional que lutam sempre pela livre iniciativa, ou seja, pela competitividade empresarial. Porém percebe-se que as associações locais não têm o adequado comprometimento.

Para o empresário associado entender sobre o Sistema Associativista Empresarial ele terá que acessar os meios digitais (Site, Facebook) de cada nível, pois não possui nenhum material que explique e informe o sistema num todo. Existem, apenas, materiais únicos de cada nível hierárquico, por isso percebe-se a necessidade da criação de um material que explique que o sistema associativista é um sistema integrado, que muitas vezes é entendido como fragmentado. Com esse material cada associação local poderá distribuir da forma que achar mais adequada aos seus associados ou aos possíveis interessados em fazer parte do sistema.

5. INTERVENÇÃO REALIZADA

Nesta seção são analisados os dados coletados por meio de um questionário estruturado com cinco questões fechadas. O levantamento foi feito no período de 21 a 23 de junho de 2018 a uma amostra composta de 81 pessoas de diferentes cidades da região oeste do Paraná. Na Figura 2 apresenta-se o questionário que foi utilizado para o levantamento das informações.

Figura 2 – Questionário da Pesquisa

qualtrics. | FREE ACCOUNT

Qual o nome da ACE (Associação Comercial) que você faz parte?

Você conhece os quatro níveis hierárquicos do sistema associativista comercial e empresarial e seus objetivos? (Confederação - Federação - Coordenadoria - ACE)

Sim
 Não

Você já leu ou recebeu algum material (ex: cartilha, panfleto, arquivos...) que explicasse ou informasse que sua associação comercial faz parte de um sistema com quatro níveis hierárquicos?

Sim
 Não

Se a resposta anterior foi Sim, poderia informar onde você leu, e quem lhe forneceu esse material?

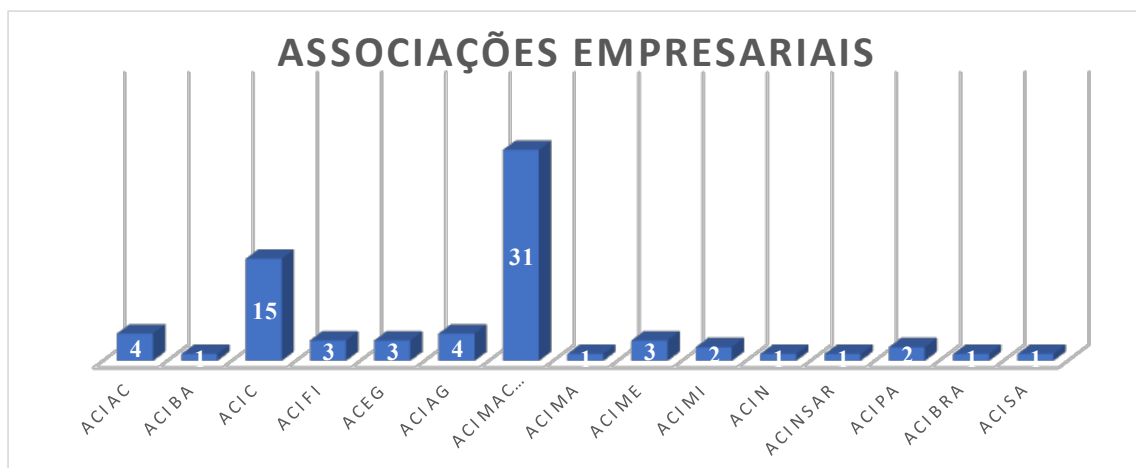
Você gostaria de receber um material único que explicasse o que é o sistema associativista comercial e empresarial e quais são os objetivos de cada nível hierárquico, iniciando na CACB (nível nacional), FACIAP (nível estadual), CACIOPAR (nível regional) e Associação Comercial (nível local)?

Sim
 Não

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2018)

As informações apresentadas referem-se aos questionários aplicados aos colaboradores e associados das associações comerciais da região Oeste do Paraná, com o objetivo de analisar a viabilidade da elaboração de um material de informação e divulgação sobre o sistema associativista do Brasil, que resultou nas seguintes informações.

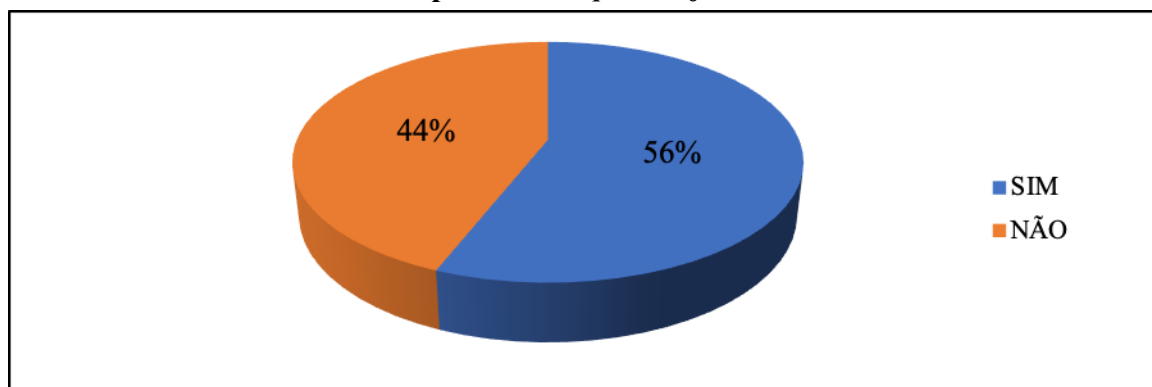
Na primeira questão, que se diz respeito a qual associação comercial o respondente faz parte, obteve-se 81 respostas, dentre elas foram citadas as associações comerciais de 19 cidades, as quais são apresentadas no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Associação comercial que o respondente é associado

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Conforme Gráfico 1, foram levantadas as seguintes cidades e suas respectivas quantidades: Assis Chateaubriand (ACIAC) com 4 respondentes, Boa Vista da Aparecida (ACIBA) com 1 respondente, Cascavel (ACIC) com 15 respondentes, Foz do Iguaçu (ACIFI) com 3 respondentes, Guaraniaçu (ACEG) com 3 respondentes, Guaira (ACIAG) com 4 respondentes, Marechal Cândido Rondon (ACIMACAR) com 31 respondentes, Matelândia (ACIMA) com 1 respondente, Medianeira (ACIME) com 3 respondentes, Missal (ACIMI) com 2 respondentes, Nova Laranjeiras (ACIN) com 1 respondente, Nova Santa Rosa (ACINSAR) com 1 respondente, Palotina (ACIPA) com 2 respondentes, Pato Bragado (ACIBRA) com 1 respondente, Santa Helena (ACISA) com 1 respondente, Quedas do Iguaçu (ACIQI) com 4 respondentes, Terra Roxa (ACIATRA) com 1 respondente, Toledo (ACIT) com 2 respondentes e Vera Cruz do Oeste (ACIV) com 1 respondente.

Na questão 2 questionou-se se os respondentes já conhecem os quatro níveis hierárquicos do sistema associativista e empresarial e quais os objetivos de cada nível, os dados são apresentados no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Conhecimento sobre os quatro níveis hierárquicos do sistema associativista e empresarial e quais objetivos de cada nível

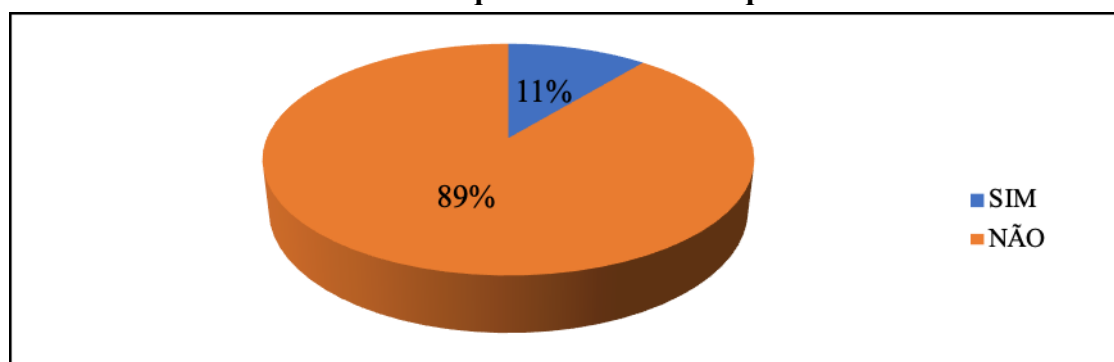
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Observa-se no Gráfico 2 que 56% dos questionados responderam que sim, e outros 44% responderam que não conhecem o sistema associativista, nem seus objetivos. Um pouco

mais que a metade dos associados ou colaboradores que faz parte da associação comercial da sua cidade conhecem que existem quatro níveis hierárquicos em que ele está inserido.

Na questão 3, foi questionado se os respondentes já haviam lido ou recebido algum material que explicasse ou informasse que a associação comercial faz parte de um sistema com quatro níveis hierárquicos, os dados são apresentados abaixo no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Referente já ter lido ou recebido algum material que explicasse ou informasse que a associação comercial faz parte de um sistema com quatro níveis hierárquicos



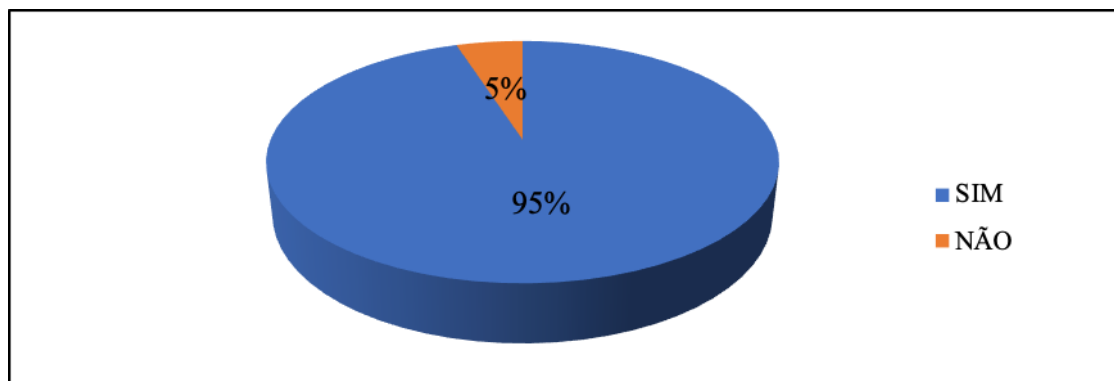
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Conforme o Gráfico 3, a grande maioria, ou seja, 89% dos pesquisados responderam que não, e outros 11% responderam que sim, que já leram ou receberam um material que informasse que a associação comercial faz parte de um sistema com quatro níveis hierárquicos. Percebe-se que mesmo a associação pertencendo a um sistema, ele não é conhecido pelas próprias pessoas que fazem parte do mesmo.

Ainda em relação aos 11% de pesquisados que informaram que já receberam um material que explicasse ou informasse que sua associação comercial faz parte de um sistema com quatro níveis hierárquicos da questão anterior, tiveram que informar em qual meio eles leram ou quem forneceu esse material, os pesquisados informaram que receberam informações da Caciopar, alguns da Faciap e também alguns só viram o organograma por foto.

Na questão 5, foi questionado se os respondentes gostariam de receber um material único que explicasse o que é o sistema associativista comercial e empresarial e quais são os objetivos de cada nível hierárquico, esses dados são apresentados no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Sobre a questão de receber um material único que explicasse o que é o sistema associativista comercial e empresarial e quais são os objetivos de cada nível hierárquico



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Observa-se que 95% dos respondentes informaram que sim, gostariam de receber esse material e 5% que não gostariam. Percebe-se pela grande maioria o interesse de conhecer os objetivos de cada uma das entidades que compõem o Sistema Associativista Empresarial.

Após feita a análise dos materiais disponíveis para consultas e de analisar as informações levantadas, observa-se a necessidade de elaborar um material que possa servir de consulta sobre o Sistema Associativista Empresarial do Brasil que seja de fácil entendimento aos empresários e empreendedores que queiram conhecer e fazer parte do sistema e que seja de uma ferramenta de interação entre as associações comerciais e seus associados.

6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DAS CONTRIBUIÇÕES

Diante do evidenciado percebe-se que mesmo que o empresário já seja associado à associação comercial local de sua cidade, ele não sabe que faz parte de um sistema agregado, em que ele pode fazer parte regionalmente, participando de uma diretoria da coordenadoria, como também pode ser nomeado a participar tanto em nível estadual pela federação como também em nível nacional que é a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil.

Após feita pesquisas bibliográficas sobre o assunto, não foi encontrado nenhum material que explicasse que o Sistema Associativista Empresarial Brasileiro é um sistema integrado, a grande maioria dos autores pesquisados somente enfatizam sobre o que são e para que existem as associações comerciais empresariais. Com o questionário aplicado também percebeu-se que a grande maioria dos respondentes gostariam de ter em mãos um material de informação sobre o sistema associativista e que ele é viável.

O próximo passo após o estudo de viabilidade é elaborar este material e distribuí-lo de forma digital ou físico gratuitamente para as 46 associações comerciais e empresariais que fazem parte da região Oeste do Paraná e também deixa-lo disponível para a comunidade interessada. Este material irá conter informações sobre cada nível hierárquico, assim como quais são os objetivos de cada um. Servirá tanto para o empresário que queira se associar a uma associação local informando quais são os principais serviços e produtos oferecido pelas mesmas e quais as vantagens para a sua empresa, como ao empresário que já faça parte do associativismo local e queira participar e conhecer também os demais níveis hierárquicos (Coordenadoria, Federação e Confederação). Ele será trabalhado em formato de cartilha para melhor visualização e será um material específico do associativismo.

Este material tem previsão para ser elaborado no início do ano de 2019 pela Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná – Caciopar, com auxílio de seus colaboradores e diretores, assim como também será revisada pela sua diretoria jurídica, através da seguinte fase:

- I. Aprovação formal da proposta pela diretoria da Entidade;
- II. Levantamento financeiro para elaboração e confecção do material;
- III. Criar cronograma para a elaboração do material;
- IV. Recolhimento de informações de cada nível hierárquico;
- V. Elaborar material de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Brasileiro;
- VI. Fazer distribuição de materiais;
- VII. Realizar avaliação da eficácia do material distribuído pela Caciopar.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relato técnico possibilitou afirmar a viabilidade da criação de um material de informação e divulgação sobre o Sistema Associativista Empresarial do Brasil. Ele se torna viável, pois, pesquisas bibliográficas comprovaram que não possui nenhum material similar existente. E a partir de pesquisas aplicadas ao público alvo percebeu-se que mesmo fazendo parte de uma associação comercial, ele desconhece os outros três níveis hierárquicos e tem interesse neste material para entender a finalidade e objetivos de cada esfera. Com o estudo, a Caciopar – Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná, entidade que irá elaborar no ano de 2019 a cartilha, terá o estudo como justificativa favorável perante o seu Presidente e Diretores. Este estudo também servirá como base a outros pesquisadores que queiram obter conhecimento sobre o associativismo empresarial Brasileiro, uma vez que são poucos os materiais encontrados sobre o assunto, com isso, auxiliando o sistema associativista empresarial ser difundido por todo o Brasil.

REFERÊNCIAS

ACIC – **Associação Comercial e Industrial de Cascavel**. Disponível em: <<http://www.acicvel.com.br/nucleos-setoriais-bottom.html>>. Acesso em: 04.06.2018.

BRUM, Analisa de M. **Endomarketing de A a Z**: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa. São Paulo: Integrare, 2010.

BRUGG, Felipe. **Cacicopar – O perfil do associativismo comercial e empresarial da região de Guarapuava**, 2016. Disponível em: <<http://www.felipebrugg.com/2016/02/Cacicopar-Um-retrato-do-associativismo-comercial-da-regiao-de-Guarapuava-turvo-parana-br-brasil-precacicopar-acet-felipe-brugg.html>> acesso em:20.02.2018.

CACB – **Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil**. Acervo Digital. Disponível em: < <http://www.cacb.org.br> >. Acesso em: 20.05.2018.

CACIOPAR – **Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná**. Acervo Digital. Disponível em: < <http://www.caciopar.org.br> >. Acesso em: 15.04.2018.

CARVALHO, Kátia. **Informação e Comunicação: novas fronteiras, novas estratégias**. In: LUBISCO, Nídia M. L.; BRANDÃO, Lídia M. B. *Informação & Informática*. Salvador: EDUFBA, 2000. <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/129/5/Informacao%20e%20Informatica.pdf>> acesso em: 20.02.2018.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodología científica**. 6 ed. Pearson Prentice Hall, 2007.

EMPREENDER – Unir para crescer. **Desenvolvimento de entidades empresariais**. Brasília, 2005.

FACIAP – **Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná**. Disponível em: <<http://www.faciap.org.br>>. Acesso em: 20.04.2018.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

IPARDES – **Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social**. Disponível em: <http://www.ipardes.pr.gov.br/anuario_2016/index.html> Acesso em: 17.05.2018.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina. A. **Metodologia científica**. 3 ed., São Paulo: Atlas, 2002.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCANTONIO, Antonia T.; SANTOS, Martha M.; LEHFELD, Neide A. S. **Elaboração e divulgação do Trabalho Científico**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

MARCONI, Marina A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório publicações e trabalho científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SALOMÃO, Madeleine, V. F. **Associativismo e Desenvolvimento Local – O papel das Associações Comunitárias da Ilha de São Nicolau (Cabo Verde)**, 2013. Disponível em:<http://portaldoconhecimento.gov.cv/bitstream/10961/3498/1/tcc%20madeleine%20salomao%20rev%20Joel_1.pdf>. Acesso em: 05.04.2018.

TEIXEIRA, Elenaldo, C. O papel político das associações. **Revista Serviço Social e Sociedade**. Serviço Social e Sociedade n. 72. São Paulo, Cortez, 2002.