

saber cooperar

ANO XI - Nº 43
OUTUBRO 2024

COMUNICAÇÃO INOVATIVA
CULTURA AÇÃO
COOP INTER
ERATI COOPER
VISTA AÇÃO
REPRESENTAÇÃO
NEGÓCIOS

QUE FUTUROS VOCÊ SONHA para si e para os outros?



Essa foi a pergunta lançada por Débora Falabella no Manifesto do 15º CBC, **o maior congresso cooperativista do mundo.**

Foi lá que 3 mil pessoas se encontraram com um objetivo principal: **projetar um futuro mais coop!**

E você? Vem com a gente nesse mundo mais humano, mais colaborativo, mais sustentável e mais próspero?

Leia o QR code e inspire-se com o manifesto:



[/SistemaOCB](#)



1:03/2:07

Débora Falabella,
atriz



MENSAGEM DO PRESIDENTE

Cooperativas constroem um mundo melhor

O futuro é resultado do que fazemos hoje!

Com esse pensamento em mente, começamos a desenhar em 2024 as bases para a construção de um cooperativismo cada vez mais pujante e capaz de fazer as pessoas felizes, gerando prosperidade e desenvolvimento. Fizemos esse planejamento reunindo muitas mãos, ideias e sotaques, guiados por um único propósito: fortalecer o coop brasileiro.

Os debates em torno desse planejamento aconteceram em Brasília, em maio, durante o 15º Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC). O evento reuniu cerca de 3 mil lideranças cooperativistas de todo o Brasil que, juntas, propuseram objetivos estratégicos comuns para o coop brasileiro nos próximos cinco anos. Saímos desse encontro com diretrizes claras, que giram em torno de 7 eixos estratégicos sugeridos pelas próprias cooperativas. Eles inspiraram a revista que agora você tem em mãos, um conjunto de matérias feitas ao longo do ano sobre os caminhos para alcançarmos os objetivos estratégicos definidos durante o 15º CBC. A publicação também pode ajudar sua coop a se preparar para o Ano Internacional das Cooperativas, que será comemorado em 2025, com o *slogan* "Cooperativas constroem um mundo melhor" (veja infográfico na página 132).

O cooperativismo brasileiro, é claro, já está se preparando para essa grande celebração. Nós, do Sistema OCB, planejamos uma série de iniciativas. Queremos aproveitar a visibilidade do Ano Internacional para ampliar nossa participação de mercado em todos os setores da economia e criar um ambiente político favorável ao desenvolvimento do coop no Brasil. E você, amigo cooperativista, que se orgulha de ser coop e ajuda a construir o nosso modelo de negócios, já faz parte disso tudo.

Quero aproveitar esse momento para convidar todo o coop brasileiro a unir forças para potencializar a divulgação do que nos torna únicos e merecedores desta homenagem: nosso propósito, nossos valores, nosso compromisso com as pessoas e a capacidade de construir um mundo melhor, mais justo e sustentável para todos.

Desejo a você um Feliz Natal e um 2025 repleto de cooperação.

Márcio Lopes de Freitas
Presidente do Sistema OCB

SESCOOP**CONSELHO NACIONAL**

- Márcio Lopes de Freitas
(Presidente do Conselho Nacional)
- Ernandes Raiol da Silva
- Fernanda Cimbra Santiago
- Irajá Rezende de Lacerda
- Joberson Fernando Lima Silva
- José Lopez Feijóo
- José Roberto Ricken
- Maria Luiza Fonseca do Valle
- Max Monjardim Maneschy
- Remy Gorga Neto
- Ronaldo Scucato

CONSELHO FISCAL

- Anderson Castro de Souza
- Bruno Ribeiro Cardoso
- Frederico Azevedo e Silva
- José Merched Chaar
- Mathias Jourdain de Alencastro
- Otto Cavalcante Medina

SISTEMA OCB

No Brasil, o movimento cooperativista é representado oficialmente pelo Sistema OCB, composto por três entidades complementares entre si:

- ✓ **Confederação Nacional das Cooperativas (CNCoop)**
Órgão de representação sindical das cooperativas, composto também por federações e sindicatos.
- ✓ **Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB)**
Entidade representativa do cooperativismo no país, responsável pela promoção, pelo fomento e pela defesa do sistema cooperativista em todas as instâncias políticas e institucionais, no Brasil e no exterior.
- ✓ **Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop)**
Integrante do Sistema S, responsável pela formação profissional, pela promoção social e pelo monitoramento das cooperativas.

A revista *Saber Cooperar* é uma publicação do Sistema OCB, realizada com recursos do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop) e distribuída gratuitamente em todo o Brasil.

Gerente de Comunicação e Marketing

Samara Araujo

Jornalista responsável

Guaíra Flor

Colaboração

Rhayana Quintas e Lucas Badú

Projeto gráfico e editorial

Farol Conteúdo Inteligente

Edição

Guaíra Flor

Diagramação

Vanessa Kassabian

Reportagens

Alessandro Mendes, Amanda Cieglink, Cristina Kos, Gabriela Afonso, Guaíra Flor, Luana Lourenço e Patrícia Portales

Capa

Taty Fonseca

Fotos

Arquivo de imagens do Sistema OCB e arquivo de imagens das cooperativas

Revisão

Luciana Pereira

Impressão: Quality Grafica e Editora Ltda

Tiragem: 5.800 exemplares

Sistema OCB: Setor de Autarquias Sul – SAUS Qd. 4
Bloco “I” CEP 70070-936 – Brasília-DF (Brasil)
Telefone: +55 (61) 3217-2119.
E-mail: comunicacao@ocb.coop.br

NESTA EDIÇÃO

SOBRE ESTA PUBLICAÇÃO

A revista Saber Cooperar traz, em sua versão impressa, um compilado das matérias mais lidas do site institucional do Sistema OCB relacionadas aos 7 temas debatidos no 15º CBC e que definiriam diretrizes estratégicas para os próximos anos do coop. As reportagens foram atualizadas com os dados mais recentes disponibilizados pelo Sistema OCB e pelas cooperativas entrevistadas.

Boa leitura!

	COMUNICAÇÃO Bora comunicar? 7
	CULTURA COOPERATIVISTA Crescer, sim! Mas com propósito 23
	ESG Orgulho de ser sustentável 41
	INOVAÇÃO O futuro é coop 63
	INTERCOOPERAÇÃO Juntos somos mais fortes 85
	NEGÓCIOS Em busca de resultados 97
	REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL O coop tem voz no poder 115



BORA COMU- NICAR?

Tornar o coop conhecido e reconhecido pelo povo brasileiro. Esse é o principal desafio da comunicação cooperativista. Nos próximos cinco anos, seremos mais proativos ao falar — para a sociedade e não apenas para nós mesmos — do nosso jeito diferente de fazer negócios. Temos o desafio de explicar o que fazemos de um jeito simples, afetivo e persuasivo, destacando nossos diferenciais: o foco em pessoas, a ética na gestão e o compromisso com a sustentabilidade.

Queremos ficar cada vez mais próximos das pessoas para mostrar ao Brasil por que o nosso modelo de negócios torna o mundo um lugar melhor para se viver.

Nessa empreitada, vamos ampliar nossa presença no mundo digital com estratégias de comunicação baseada em dados e na contação de histórias. Chegou a hora de mostrar — a partir de depoimentos reais, conteúdos autorais ou com a ajuda de influenciadores — por que o coop transforma a vida das pessoas e das comunidades onde atua.

Trabalhando juntos, ganharemos visibilidade e seremos cada vez mais competitivos. Vamos juntos?

*Imagem usada na campanha
SomosCoop 2024:
colaboradores da cooperativa
Ailos com orgulho de ser coop*



PRECISAMOS FALAR SOBRE O COOP

CONHEÇA AS DIRETRIZES ESTRATÉGICAS QUE ORIENTARÃO A COMUNICAÇÃO DO COOP NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS

Por Luana Lourenço

E se mais brasileiros conhecessem o jeito cooperativista de fazer negócios de forma sustentável e humana? Nosso movimento precisa ser visto, ouvido e lembrado para conquistar mais cooperados, consumidores e aumentar nosso impacto nas comunidades. Uma das ferramentas para atingir esse objetivo estratégico é a comunicação assertiva, democrática e eficaz sobre o que é o cooperativismo, seus diferenciais e vantagens.

Com esse foco, durante o 15º Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC), realizado em Brasília, em maio, representantes do coop de todo o país elegeram duas diretrizes estratégicas prioritárias para a comunicação cooperativista nos próximos cinco anos:

1. Definir públicos estratégicos, selecionar canais de comunicação e adaptar a linguagem para atingir todos os públicos (crianças, jovens e adultos) de forma eficaz, acessível e inclusiva.

2. Promover ações de sensibilização e engajamento da comunidade escolar e da sociedade em geral sobre os princípios e benefícios do cooperativismo, por meio de eventos, campanhas educativas e programas de educação continuada.

As duas ações fazem parte do conjunto de 25 diretrizes que irão guiar o planejamento estratégico do Sistema OCB para o período de 2025 a 2030. A seleção das diretrizes prioritárias foi baseada em dois critérios-chave: impacto, com foco na capacidade de promover o aumento da competitividade das cooperativas; e urgência, relacionado a quão imediata e prioritária é sua implementação.

No caso da Comunicação, as duas diretrizes prioritárias estão orientando a atuação do Sistema OCB Nacional e das Organizações Estaduais na definição de campanhas, produção de conteúdo para sites e redes sociais, relacionamento com a mídia, patrocínios, eventos, escolha de novos produtos e formatos para conversar com os públicos-alvos, entre outras iniciativas.

“As diretrizes de Comunicação serão norteadoras para o Sistema OCB promover o cooperativismo para a sociedade. Hoje já temos como estratégia o movimento SomosCoop e suas iniciativas. Vamos manter algumas dessas estratégias, melhorar as iniciativas e criar novos projetos”, antecipa a gerente de Comunicação e Marketing do Sistema OCB, Samara Araujo.

Todas essas ações também precisam levar em conta um olhar da comunicação cooperativista sobre o futuro, considerando o avanço da Inteligência Artificial e o uso de ferramentas como o ChatGPT para produção de conteúdo; o crescimento do chamado marketing de influência, em que criadores mobilizam milhões de seguidores em redes sociais como o Instagram e TikTok; e, claro, os novos hábitos de consumo de mídias, com prevalência do digital e de formatos dinâmicos e interativos.

“Nosso objetivo é aprimorar as estratégias de comunicação do cooperativismo com base em dados, além de alinhar o discurso em todo o movimento, capacitar porta-vozes, fortalecer campanhas e ampliar a presença do coop no mundo *on-line*, entre outras ações”, acrescenta a gestora.

DEFININDO O TOM

A primeira diretriz estratégica de Comunicação aprovada no 15º CBC deixa claro que precisamos falar mais sobre o coop, em canais diversos, e de uma maneira que todas as pessoas entendam.

Matéria-prima para produzir conteúdo de qualidade e atrativo não falta. Afinal, estamos tratando de um modelo de negócio sustentável, que produz trabalho e riqueza com foco nas pessoas, comunidades e no meio ambiente e que já representa mais de 10% da população brasileira.

“Definir públicos estratégicos, selecionar canais e adaptar a linguagem são práticas essenciais para alcançar uma comunicação efetiva, com resultados positivos. Cada público tem necessidades, interesses e características diferentes”, explica Samara Araujo.

Adaptar a linguagem e o tom da comunicação sobre o coop torna a mensagem mais relevante e adequada às demandas de cada público, aumentando a probabilidade de engajamento e compreensão. Já a escolha do canal correto de comunicação leva em conta preferências do público em relação a formatos como redes sociais, e-mails, comunicações impressas etc. Com o canal certo, é mais provável que a mensagem sobre o coop chegue a mais pessoas.

Foto arquivo pessoal



Nosso objetivo é aprimorar as estratégias de comunicação do cooperativismo com base em dados, capacitar porta-vozes, fortalecer campanhas e ampliar a presença do coop no mundo *on-line*.”

Samara Araujo

Gerente de Comunicação e Marketing do Sistema OCB

O QUE O BRASILEIRO SABE SOBRE NÓS?

Para identificar as demandas e oportunidades de comunicação sobre o coop, o Sistema OCB monitora a percepção da sociedade sobre o movimento cooperativista com pesquisas, análise de testes e estudos de comportamentos e tendências.

A Pesquisa de Imagem do Cooperativismo, divulgada em março de 2024, identificou que, para 88% dos brasileiros o cooperativismo é atual, inovador ou moderno, e está associado a conceitos como união, solidariedade e cooperação. Na pesquisa, 77% dos entrevistados conseguiram citar pelo menos uma cooperativa, mas, de forma geral, a maioria ainda não relaciona o coop a negócios e competitividade.

A partir de informações como essas, as ações de comunicação são desenvolvidas baseadas em dados, aumentando as chances de acertar o público-alvo com as informações que ele precisa conhecer.

EDUCAÇÃO PARA O COOP

Em outra frente, a segunda diretriz estratégica de comunicação destaca a necessidade de apresentar o coop para os cidadãos do futuro. A meta, neste caso, é promover a informação sobre o cooperativismo em escolas e programas de educação continuada para mostrar, desde cedo, que o coop é um bom negócio e um caminho para um mundo mais justo.

“Divulgar o coop para as crianças é importante para transmitir os valores cooperativistas e para garantir a sustentabilidade desse modelo de negócio, uma vez que se planta a semente do coop junto ao público jovem. É importante destacar que as ações de comunicação devem estar atreladas a iniciativas pedagógicas, como programas educativos e experiências práticas”, pondera Samara Araujo.

Este tipo de iniciativa junto ao público infantil reverbera em toda a comunidade. As crianças são sensibilizadas e compartilham o conhecimento em casa, fortalecendo a imagem do cooperativismo.

PERCEPÇÃO DO COOP

O coop é associado a:



88%
DAS PESSOAS TÊM A PERCEPÇÃO DE QUE O COOPERATIVISMO É ATUAL, MODERNO OU INOVADOR



Acesse os resultados da Pesquisa de Imagem do Cooperativismo 2024

LEMBRANÇA DAS COOPS

77% MENCIONARAM AO MENOS UMA COOPERATIVA

EM 2018, SOMENTE 44% SOUBERAM MENCIONAR O NOME DE UMA COOP



63%

DOS ENTREVISTADOS DISSERAM QUE O PRODUTO SER DE COOPERATIVA TEM INFLUÊNCIA MÉDIA OU ALTA NA ESCOLHA



1 EM CADA 4 PESSOAS TEVE CONTATO COM A MARCA SOMOSCOOP



Conheça a
campanha
SomosCoop
2024



TRABALHO EM CONJUNTO

Além da comunicação institucional, feita pelo Sistema OCB e pelas Organizações Estaduais, as cooperativas brasileiras também podem adotar as diretrizes estratégicas em seus planejamentos de comunicação e marketing, fortalecendo um discurso alinhado e unificado sobre o coop.

Os materiais para colocar em prática as novas orientações serão disponibilizados por meio do SomosCoop, um movimento criado para ressignificar e dar visibilidade ao cooperativismo, com conteúdos informativos e inspiradores de uso livre pelas cooperativas.

“Hoje, todas as nossas iniciativas para divulgar o cooperativismo são feitas via SomosCoop. O site funciona como um *hub* com tudo que é desenvolvido para promover o coop, facilitando o acesso à informação e promovendo a disseminação das nossas iniciativas. São notícias, *e-books*, vídeos informativos, histórias transformadoras, webséries e podcasts”, lista a gerente.

Uma das ferramentas disponíveis para as cooperativas é a Central da Marca, em que é possível acessar os materiais das campanhas do SomosCoop e orientações sobre como utilizá-los.

“Além disso, mantemos uma presença ativa nas redes sociais com postagens que promovem a imagem do coop e desenvolvemos campanhas publicitárias que destacam os benefícios do modelo de negócios para toda sociedade”, acrescenta Samara Araujo.

Conheça mais diretrizes estratégicas de comunicação

Além das duas diretrizes prioritárias apresentadas no começo desta matéria, durante o 15º CBC também foram definidas mais oito diretrizes estratégicas gerais de Comunicação para o cooperativismo brasileiro nos próximos anos. São elas:

1. Alinhar o discurso em todo o cooperativismo, tendo como base o movimento SomosCoop, com uma linguagem simples e acessível.
2. Ampliar a presença do cooperativismo no mundo online investindo em estratégias de marketing digital.
3. Aprimorar as estratégias de comunicação do cooperativismo baseada em dados.
4. Capacitar porta-vozes do setor com materiais padronizados sobre os benefícios do cooperativismo.
5. Fortalecer a campanha SomosCoop para divulgação do cooperativismo e seus benefícios nos principais canais de comunicação com mídias *on-line* e *off-line*.
6. Incentivar a intercooperação na comunicação do cooperativismo, de maneira unificada e integrada para valorização do setor.
7. Investir nas áreas de marketing e de gestão de marca (*branding*) nas cooperativas, seja com um profissional dedicado a esse tema em cada cooperativa ou com a contratação de parceiros especializados.
8. Mapear continuamente tendências em comunicação para aprimorar as estratégias de divulgação do cooperativismo





CARIMBO SOMOSCOOP: A MARCA QUE FORTALECE SUA COOPERATIVA

MAIS DE 1.100
COOPERATIVAS DE
TODO O BRASIL JÁ
UTILIZAM A MARCA
PARA DIFERENCIAR
SEUS PRODUTOS
E SERVIÇOS



Uma marca forte, de fácil identificação, reconhecida pelos consumidores e que associa um produto diretamente com o cooperativismo. Esse é o carimbo SomosCoop, criado em 2019 pelo Sistema OCB para caracterizar e diferenciar os produtos do nosso modelo de negócio. De acordo com levantamento recente, uma em cada quatro cooperativas brasileiras já aderiram à marca e a meta é ampliar esse engajamento.

O SomosCoop está tanto nas prateleiras dos supermercados – estampado em embalagens de produtos como café, lácteos, carnes, frutas, vinhos, sucos, castanhas, entre outros – como em cartões de cooperativas de crédito, carteirinhas de beneficiários de cooperativas de saúde e também pelas ruas e estradas do país, em carros e caminhões de coops de transporte.

A marca gráfica do carimbo SomosCoop reúne dois conceitos fundamentais: a identidade visual do movimento cooperativista internacional COOP – formada por elos – e a bandeira do Brasil. A palavra Somos representa a união em torno do cooperativismo. O resultado é uma marca harmônica, humana e inclusiva e que representa o coop brasileiro.

“Ter uma marca forte e que destaque a nossa união é uma forma de mostrar que somos um movimento nacional, transversal, que atua em vários setores da economia, sempre com produtos e serviços justos e de qualidade, produzidos de forma sustentável. O Sistema OCB trabalha para representar o cooperativismo, mas o engajamento das cooperativas é o que faz o nosso movimento ganhar força”, afirma a gerente-geral da OCB, Fabíola Nader Motta.

Em um mercado em que os consumidores valorizam cada vez mais a origem e as condições de produção, estar associado a um modelo de negócio justo e sustentável é uma vantagem competitiva para as cooperativas. Segundo o analista de Design Gráfico do Sistema OCB, Lucas Badú, o carimbo funciona como uma garantia de origem cooperativista.

“Os consumidores estão buscando modelos de produção que respeitem as pessoas, o meio ambiente e a ética, e o cooperativismo tem tudo isso. O carimbo SomosCoop tem este objetivo: mostrar para os consumidores que aquele produto ou serviço é diferente porque é de uma cooperativa”, explica.

Para as cooperativas, a marca única reduz o caminho até o consumidor, o que pode representar economia em investimentos em marketing ligados às etapas de convencimento do cliente para a venda. Para os consumidores, o carimbo facilita a decisão de compra ao identificar com clareza quando se trata de um produto coop.

Acesse a
Central da Marca



IDENTIDADE COOP

O carimbo SomosCoop é de livre uso pelas cooperativas em produtos, serviços e comunicações. As possibilidades de aplicação são diversas, de crachás e embalagens a banners e fachadas de prédios.

Com um *box* com cantos arredondados que contém a palavra SomosCoop e a bandeira do Brasil em um pequeno círculo, o carimbo foi desenvolvido para facilitar a aplicação e garantir leitura em diferentes formatos. Ele pode ser utilizado com as cores institucionais do SomosCoop, assumir tons próximos ou a cor da identidade da cooperativa. Para as embalagens de produtos, por exemplo, é possível alterar a cor para que o carimbo fique em sintonia com a marca da cooperativa ou com tons que prevaleçam na embalagem e materiais gráficos.

A Cocamar Cooperativa Agroindustrial utiliza o carimbo SomosCoop em suas embalagens de néctares de frutas, bebidas à base de soja, farinha de trigo e café. Segundo a analista de Marketing da cooperativa, Rafaela Brentegani, além de identificar a Cocamar como cooperativa, a marca atrai consumidores conscientes e cria um senso de pertencimento e orgulho nos cooperados.

“Mesmo com sua grande relevância para a economia do Paraná e do país, o sistema cooperativista ainda é pouco conhecido da sociedade, de uma forma em geral. Iniciativas como essas, de utilizar o carimbo SomosCoop, ajudam nessa comunicação”, pondera.



Ao se deparar com o carimbo SomosCoop, o consumidor reconhece que está apoiando um modelo de negócios baseado na colaboração e na busca pelo bem comum, o que pode influenciar positivamente suas decisões de compra.”

Evaldo Matos

Diretor da Coopmetro



CAMINHÃO ELÉTRICO

Na Cooperativa de Transportadores Autônomos de Cargas e Passageiros da Região Metropolitana de Belo Horizonte (Coopmetro), a frota de serviços de *delivery*, *e-commerce* e transporte de carga leva a marca SomosCoop por onde circula. O carimbo está inclusive no primeiro caminhão elétrico da cooperativa, que é abastecido com energia limpa e renovável produzida em uma usina solar própria, em um exemplo de atuação sustentável do coop.

“A Coopmetro decidiu utilizar o carimbo SomosCoop como forma de reforçar o seu compromisso com os princípios e valores do cooperativismo”, afirma o diretor da Coopmetro, Evaldo Matos. “Ao exibir a marca, a cooperativa evidencia sua adesão aos pilares de solidariedade, democracia, igualdade e preocupação com o desenvolvimento sustentável, que são fundamentais para o cooperativismo. Além disso, o carimbo SomosCoop representa um símbolo de confiança e transparência, demonstrando ao consumidor e à

sociedade em geral que operamos de acordo com padrões éticos e sociais elevados.”

Segundo Evaldo, os benefícios da marca unificada se refletem em todo o cooperativismo, porque aumentam a visibilidade e o reconhecimento das cooperativas em diferentes ambientes. “Ao se deparar com o carimbo SomosCoop, o consumidor reconhece que está apoiando um modelo de negócios baseado na colaboração e na busca pelo bem comum, o que pode influenciar positivamente suas decisões de compra”, acrescenta.

Todas as possibilidades de utilização do carimbo SomosCoop e as instruções para a aplicação correta de cada uma estão disponíveis na Central da Marca. É possível baixar os arquivos e começar a usar o carimbo imediatamente. O acesso é livre para todas as cooperativas em situação regular com o Sistema OCB.

“A ideia é que mais e mais pessoas conheçam o cooperativismo e tudo o que ele representa. Para que os esforços de comunicação sobre os diferenciais do coop tenham resultado, é preciso garantir que o consumidor possa identificar com facilidade quais produtos e serviços são, de fato, de uma cooperativa. Quanto mais coops aderirem a essa iniciativa e estamparem o carimbo, fica mais fácil essa ideia pegar”, acrescenta Lucas Badú.

COMO O CARIMBO SOMOSCOOP PODE SER UTILIZADO?

- Embalagens de produtos
- Pontos de atendimento e de venda
- Sedes e escritórios das cooperativas
- Frotas
- Uniformes
- Carteirinhas de planos de saúde
- Cartões de cooperativas financeiras
- Totem de autoatendimento
- Estandes em eventos
- Cartazes
- Sites
- Redes sociais
- Aplicativos
- Assinaturas de e-mails
- Banners
- Telas de computador



COMO PREPARAR O PORTA-VOZ DA SUA COOPERATIVA PARA FALAR COM A IMPRENSA?

TREINAMENTO CONHECIDO COMO *MEDIA TRAINING* ORIENTA RELAÇÃO COM MÍDIAS PARA DIVULGAR AÇÕES DO COOPERATIVISMO, LIDAR COM CRISES E EVITAR RISCOS À IMAGEM

Por Patrícia Portales

O cooperativismo já representa cerca de 10% da população brasileira, com 23,4 milhões cooperados, segundo o *Anuário do Cooperativismo 2024*. Para comunicar os diferenciais desse modelo de negócio tão relevante para o país, é preciso capacitar as cooperativas para o relacionamento com a imprensa, fazendo o coop ser visto, ouvido e compreendido por mais brasileiros.

Em seu papel como defensor do coop brasileiro, o Sistema OCB acredita que o preparo de dirigentes e representantes é fundamental para divulgar boas ações, promover a capilaridade do movimento, além de prevenir riscos e solucionar crises.

“

O *media training* tornou-se uma competência fundamental para quem ocupa cargos de destaque ou precisa se posicionar na mídia, promover o próprio negócio, e não é diferente para as cooperativas.”

Luiz Augusto Pereira

Jornalista





Eduardo Queiroz, coordenador de Relações Governamentais do Sistema OCB (de branco), é uma das fontes do cooperativismo para assuntos políticos

Essa preparação para lidar com os meios de comunicação é chamada de *media training*, treinamento que orienta relação com diversos veículos de imprensa para divulgar ações do cooperativismo, lidar com crises e evitar riscos à imagem.

As cooperativas brasileiras têm à disposição um manual produzido pelo Sistema OCB (veja box) com orientações para um relacionamento bem-sucedido com a mídia em casos de crises de imagem das cooperativas. Um dos autores do guia é o professor e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília João José Forni, diretor da empresa de consultoria Comunicação e Crise.

"O *media training* tornou-se uma competência fundamental para quem ocupa cargos de destaque ou precisa se posicionar na mídia, promover o próprio negócio, e não é diferente para as cooperativas", explica o especialista.

Segundo ele, o treinamento é parte fundamental da construção de um bom relacionamento com a imprensa tradicional séria e de credibilidade.

APERFEIÇOAR E CAPACITAR

Em Goiás, o Sistema OCB/GO realiza, desde 2020, cursos de *media training* para presidentes, diretores, cooperados e colaboradores que atuam como porta-vozes das cooperativas. O superintendente Jubrair Caiado explica que a iniciativa surgiu de uma preocupação com a preparação dos porta-vozes.

“O curso nos levou a outro patamar, porque é uma formação bem prática, em que o porta-voz aprende como se portar em uma entrevista para rádio, para TV. E isso despertou também o interesse em melhorar nosso relacionamento com a imprensa”, afirma Caiado, que também destaca a importância de as cooperativas terem setores de assessoria de imprensa bem estruturados.

Ao todo, 33 cooperativas goianas foram contempladas com o curso, em um total de 123 participantes em 9 turmas. A mais recente foi realizada em maio deste ano. A presidente da Cooperativa de Catadores de Material Reciclável (Cooprec), Noelia Maria de Carvalho, que participou do *media training* da OCB/GO, destaca a simulação de entrevista feita com um jornalista como um dos pontos altos do curso.

“Nos ensinaram como agir em público, a pensar antes de responder a uma pergunta. Foi importante para aprender a falar melhor da nossa área de atuação e explicar como funciona”, afirma.

Segundo ela, o aprendizado será aplicado pelo departamento de Comunicação da coop para divulgar a atividade de reciclagem, um tema em alta na mídia por estar associado ao meio ambiente e à sustentabilidade.

“Quando a gente trabalha nessa área, a gente sofre algumas discriminações, porque a gente trabalha com lixo. Mas, na verdade, somos agentes ambientais, porque trabalhamos praticamente limpando a cidade. Como seria se não existissem as cooperativas de reciclagem em todo o mundo? Temos que destacar esse nosso papel”, pondera.

“O curso [*media training*] nos levou a outro patamar, porque é uma formação bem prática, em que o porta-voz aprende a como se portar em uma entrevista para rádio, para TV.”

Jubrair Caiado

Superintendente do Sistema OCB/GO

CAPACITAÇÃO MULTIDISCIPLINAR

O curso do Sistema OCB/GO também oferece orientações sobre como se comportar em uma entrevista, gestos que não são adequados e até dicas de como se vestir durante uma gravação em vídeo. O instrutor da capacitação é o jornalista e escritor Luiz Augusto Araujo Pereira, especializado em Assessoria de Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG) e em Gestão Empresarial pela Fundação Getulio Vargas (FGV).

São oito horas de duração, com a participação de cinco jornalistas de mídias diversificadas e uma fonoaudióloga. O cronograma foi montado em torno de pontos como preparação de discursos, cuidados com a voz e gestos, relacionamento com imprensa e gestão de crise com simulações práticas de entrevistas para cada tipo de veículo.

“Muitos se surpreendem porque a gente mostra como funciona a imprensa, as editorias e o que é ou não notícia do ponto de vista da imprensa, quais as possibilidades de notícias do cooperativismo, o que tem valor noticioso ou não”, explica Luiz Pereira.

Com exemplos práticos, os especialistas apresentam aos cooperativistas critérios técnicos jornalísticos para gerar pautas, internas ou externas, e oferecer à imprensa informações mais envolventes e interessantes. “A notícia está em constante evolução e esse olhar, essa observação e percepção do gestor da cooperativa é muito trabalhada durante o treinamento”, acrescenta Pereira.

GESTÃO DE IMAGEM

Além da preparação para o relacionamento proativo com a imprensa, a *media training* tem outra função: auxiliar as cooperativas na gestão de eventuais crises de imagem.

Segundo Forni, com o crescimento do movimento cooperativista, a prevenção a vulnerabilidades é uma necessidade que não pode ser relegada. No *Manual de Gestão de Crises e Imagem*, elaborado pelo Sistema OCB, especialistas detalham como identificar os tipos e níveis de crises, a importância de destacar uma equipe exclusiva e um comitê de gestão para lidar com o tema de modo preventivo, com reuniões periódicas, ou durante uma situação específica.

Manual do Sistema OCB orienta coops sobre como gerenciar crises

Elaborado em 2019, o guia tem orientações práticas para situações que ameacem a imagem e a reputação do Sistema OCB, de qualquer uma das instituições que o integram e do movimento cooperativista brasileiro como um todo.

O manual abrange várias etapas:

- Identificar o tipo de crise, que pode ser classificada por sua natureza (silenciosa, de ebulição lenta ou repentina), abrangência (local, regional, nacional ou internacional) e intensidade (leve, moderada ou grave).
- Estruturar equipes e comitês de gestão de crise, que serão responsáveis pelo relacionamento com a imprensa, definição de estratégias e outras atribuições.
- Orientações sobre como agir durante a crise, com detalhamento das primeiras medidas, elaboração de comunicados, preparação de porta-vozes, monitoramento do caso na imprensa, entre outras.
- Também há orientações sobre como lidar com *fake news* nas redes sociais relacionadas à cooperativa.



Acesse o
**Manual de
Gestão de Crises
de Imagem**



O que é cooperativismo?



Nem sempre é fácil descrever o que é o cooperativismo, mas estamos aqui para te ajudar a explicar o nosso modelo de negócios para seus amigos, parentes ou para futuros cooperados! Este infográfico responde às principais perguntas sobre o movimento cooperativista de forma clara e simples. Confira 4 perguntas e respostas aqui, na Revista, e veja as outras respostas acessando o infográfico interativo do nosso site. Vamos juntos explorar o poder da cooperação e como ela impacta a vida de pessoas e comunidades?

1

QUAL É O PROPÓSITO DO COOPERATIVISMO?

Essa é fácil: nosso propósito é transformar o mundo em um lugar mais justo, próspero e com melhores oportunidades para todos. Tanto, que a ONU reconhece o coop como “um modelo de negócios que constrói um mundo melhor”. Como fazemos isso? Gerando trabalho, renda e prosperidade para quem produz, para quem compra e para todos que se preocupam com a sustentabilidade e com o futuro do planeta.

2

COMO O COOP FUNCIONA?

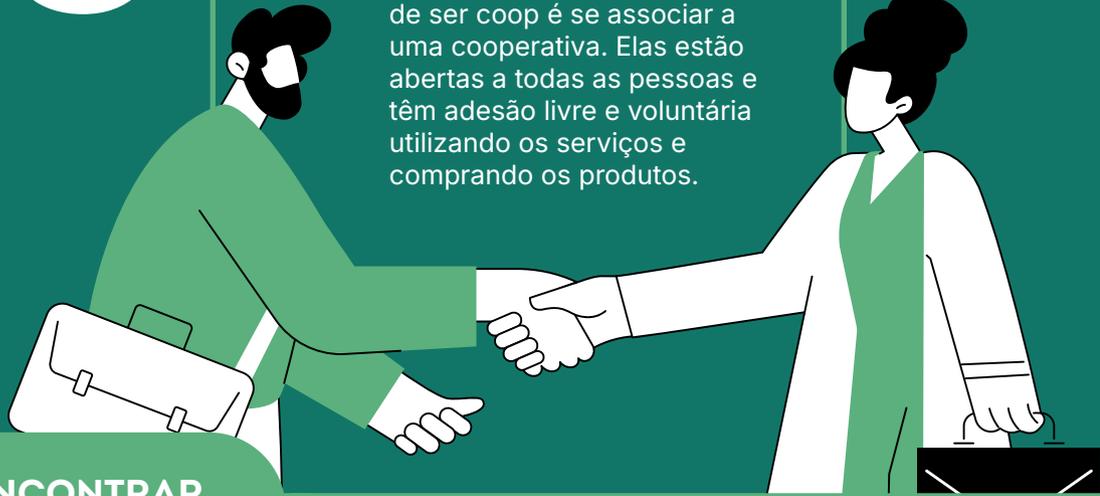
O coop é uma forma de empreender que reúne pessoas em torno de um objetivo econômico comum. Elas se juntam para formar as cooperativas, negócios competitivos e rentáveis que se destacam por colocarem as pessoas em primeiro lugar. As cooperativas ajudam a movimentar a economia local, fechando um ciclo virtuoso de desenvolvimento.



QUEM PODE PARTICIPAR?

3

O cooperativismo é para todos! A maneira mais fácil de ser coop é se associar a uma cooperativa. Elas estão abertas a todas as pessoas e têm adesão livre e voluntária utilizando os serviços e comprando os produtos.



ONDE ENCONTRAR AS COOPERATIVAS?

4

Presente em mais de 100 países, o coop está em vários setores da economia. No Brasil, as cooperativas produzem alimentos, oferecem serviços financeiros, atuam no transporte de pessoas e de cargas, no atendimento à saúde, e no abastecimento de água e energia, além de muitas outras atividades. Também tem coop na união de profissionais para empreender de forma mais justa e garantir condições dignas de trabalho.



Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





CRESCER, SIM! MAS COM PROPÓSITO

As cooperativas brasileiras estão vivendo um novo momento histórico. Elas cresceram em tamanho, relevância e competitividade. E junto com esse desenvolvimento veio uma preocupação: como crescer sem abrir mão do que nos torna únicos e diferentes? É por isso que o principal desafio de gestão do coop brasileiro para os próximos cinco anos será fortalecer a cultura cooperativista e o orgulho de ser cooperado.

Queremos que o coop seja reconhecido por fazer negócios com propósito. Esse é, cada vez mais, o futuro do cooperativismo.

A implementação de estratégias que integrem a responsabilidade social ao coração do negócio é um diferencial competitivo que pode gerar lealdade e diferenciação no mercado. E nesse quesito o cooperativismo tem tudo para surfar em ondas altas! Afinal, somos feitos de princípios e valores que fortalecem a nossa proposta de negócios ao mesmo tempo em que preservam a nossa identidade. Ao final desse processo, teremos cada vez mais orgulho de dizer: SomosCoop!

Cooperativismo também é lugar de sonho. No Pará, dezenas de detentas encontram vida nova na Cooperativa Social de Trabalho Arte Feminina Empreendedora (Coostafe)



Foto arquivo Sistema OCB

COMO FORTALECER NOSSO JEITO DE FAZER NEGÓCIOS SEM PERDER NOSSA ESSÊNCIA?



Mosaico criado com as fotos de alguns participantes do 15º Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC), realizado em Brasília, em maio de 2024

56% DAS LIDERANÇAS CONSIDERAM ESTE O MAIOR DESAFIO DO COOPERATIVISMO NA ÁREA DE GESTÃO. A PARTIR DE AGORA, O FORTALECIMENTO DA CULTURA COOPERATIVA É UM OBJETIVO ESTRATÉGICO PRIORITÁRIO PARA O MOVIMENTO

Por Amanda Ciegliniski

O lema da última campanha SomosCoop já diz tudo: o cooperativismo é um bom negócio. Mas, quando esse negócio se expande, ganha volume e competitividade no mercado, as organizações precisam empenhar esforços para não perder de vista o que temos de mais valioso: seus princípios.

Em 2024, pela primeira vez, o Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC) teve como um dos eixos de discussão a Cultura Cooperativista. A inclusão do tema foi feita a partir do diagnóstico da *Pesquisa Nacional do Cooperativismo*, utilizada para estruturar os debates do 15º CBC, evento mais importante do nosso setor e responsável por definir as diretrizes de futuro do coop brasileiro.

O estudo ouviu lideranças de todo o país e revelou que 56% consideravam como o maior desafio do cooperativismo, na área da gestão, a baixa conscientização

dos cooperados sobre os princípios cooperativistas. O segundo maior problema, de acordo com 49% dos entrevistados, é a baixa participação e engajamento dos cooperados no dia a dia da organização. Essas duas questões se relacionam, diretamente, à falta de compreensão da cultura cooperativista e apontam para a necessidade de fortalecer esses princípios — para dentro e para fora.

“Os dados destacam, mais especificamente, a necessidade significativa de disseminar os princípios e valores cooperativistas, tanto dentro quanto fora das cooperativas, e as dificuldades na comunicação sobre esses princípios para a sociedade. Esses foram aspectos relevantes identificados que reforçam a importância de manter a cultura cooperativista viva e presente nas ações do movimento”, destaca o gerente de Planejamento do Sistema OCB, Fábio Estorti, responsável pela pesquisa.

Foto arquivo Sistema OCB



Diretrizes estratégicas prioritárias de Cultura Cooperativista aprovadas no 15º CBC

1. Difundir o cooperativismo na educação formal brasileira em todos os níveis (do ensino básico ao técnico e superior), por meio de parcerias com escolas, universidades e órgãos educacionais.
2. Promover a formação das lideranças cooperativistas para fortalecer o seu papel como promotoras e multiplicadoras da cultura cooperativista dentro de suas organizações e no movimento.

GRANDES NEGÓCIOS, GRANDES DESAFIOS

Quando a cooperativa cresce, os desafios para manter a essência dessa cultura podem ser tão grandes quanto o tamanho do negócio. De acordo com Fábio Estorti, embora o diagnóstico feito a partir da pesquisa não tenha abordado diretamente essa relação, a diversidade regional e a heterogeneidade entre os Ramos tornam o desafio de manter uma cultura coesa ainda mais complexo. “É razoável inferir que, quanto maior a cooperativa, mais desafiador pode ser manter esses valores e princípios fortes, dado o aumento da complexidade organizacional”, compara.

Grandes negócios coop têm mostrado que é possível responder a esses desafios e crescer com a força do nosso DNA. Presente em mais de 120 municípios de Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo, com mais de 1,6 milhão de cooperados, o Sistema de Cooperativas de Crédito Ailos dedica planejamento e muito esforço, em ações contínuas, para manter a cultura cooperativista viva e pulsante no coração do negócio.



Colaboradores da
Central Ailos, de
Blumenau: trabalho em
equipe para fortalecer o
cooperativismo

“Esse é um grande desafio, mas é fundamental para a nossa identidade. Garantimos que as decisões estratégicas estejam sempre alinhadas com os princípios cooperativistas e promovemos uma cultura organizacional que valoriza a participação e a transparência. Continuamos a investir em projetos que beneficiem a comunidade e a oferecer um serviço personalizado que prioriza as necessidades dos nossos cooperados”, pontua o diretor de Produtos e Negócios do Sistema Ailos, Adelino Sasse.

Atualmente com 13 cooperativas, mais de R\$ 23 bilhões em ativos totais e R\$ 4 bilhões em patrimônio líquido, o sistema investe em ações diversificadas para assegurar que a expansão não comprometa seus valores fundamentais. São realizados periodicamente treinamentos, *workshops*, palestras e eventos que fomentam a cultura cooperativista entre os cooperados, além de um investimento constante em comunicação para manter a base informada e engajada com os objetivos do grupo.

“Além disso, incentivamos a integração por meio de comitês e grupos de trabalho

“É razoável inferir que, quanto maior a cooperativa, mais desafiador pode ser manter esses valores e princípios fortes, dado o aumento da complexidade organizacional.”

Fábio Estorti

*Gerente de Planejamento
do Sistema OCB*

que permitem aos cooperados contribuir diretamente para a tomada de decisões e para o desenvolvimento da cooperativa”, exemplifica Sasse.

Para ‘calibrar’ as ações, é preciso um olhar atento: Sistema Ailos realiza pesquisas de satisfação e acompanhamento contínuo para garantir o nível alto de participação e identificar em quais áreas é possível melhorar.

“Avaliamos que o nível de engajamento de nossos cooperados e funcionários com o cooperativismo é bastante positivo. Nossos cooperados demonstram um forte comprometimento com os valores e objetivos da cooperativa, participando ativamente das assembleias e eventos. Os colaboradores também são capacitados e motivados a representar e vivenciar os princípios cooperativistas em suas atividades diárias”, afirma Sasse.

Em plena expansão em todos os Ramos, mesmo diante dos cenários econômicos e

políticos mais adversos, o cooperativismo tem o desafio de alcançar um desenvolvimento equilibrado com seus valores e princípios, absorvendo as demandas e oportunidades de mercado com uma compreensão sólida da cultura cooperativista. Uma equação que deve incluir o crescimento aliado à participação ativa de associados nos processos de decisão e nos negócios das cooperativas.

Para a superintendente do Sistema OCB, Tania Zanella, o desafio das grandes organizações em manter seu DNA cooperativista pode ser encarado como uma “dor de crescimento”.

“A cura para essa dor de crescimento é ter um propósito claro de onde se quer chegar e de quais são seus valores. É necessário encontrar um modelo de gestão que equilibre sua dupla natureza, guiando-se tanto pelos aspectos econômicos quanto os sociais, que, no nosso caso, são indissociáveis”, aponta.

A frase na parede da Coprel (RS) destaca um dos valores cooperativistas: a igualdade.



Foto arquivo Sistema OCB



O cooperativismo brasileiro está em franca expansão, ganhando competitividade e representatividade em todos os setores onde atua. E nesse processo de crescimento, não podemos perder de vista o que nos trouxe até aqui, que são os nossos valores e o nosso propósito de construir um mundo melhor para todos, sem deixar ninguém para trás.”

Tania Zanella

Superintendente do Sistema OCB

DIFERENCIAL DE MERCADO

Fortalecer nossos valores e identidade não é relevante apenas para o desenvolvimento da comunidade em que estamos inseridos, ou para alavancar a qualidade de vida dos cooperados. Ainda que esses sejam objetivos primordiais, que estão na nossa essência, nossos valores fazem bem também para os negócios. Seja nas pequenas coops que movimentam a economia do interior do país, ou nas gigantes do crédito ou do agro de grande impacto no cenário nacional, a identidade cooperativista é um fator de diferenciação no mercado.

Para a superintendente do Sistema OCB, Tania Zanella, aspectos que constituem a alma do cooperativismo, como a gestão democrática e a intercooperação, promovem um ambiente favorável para o crescimento sustentável dos negócios.

“O cooperativismo brasileiro está em franca expansão, ganhando competitividade e representatividade em todos os setores onde atua. E nesse processo de crescimento, não podemos perder de vista o que nos trouxe até aqui, que são os nossos valores e o nosso propósito de construir um mundo melhor para todos, sem deixar ninguém para trás”, explica.

Fábio Estorti, da OCB, concorda e acrescenta: em um mercado em constante transformação tecnológica, como o financeiro, o diferencial cooperativista de ter foco nas pessoas pode ser decisivo para as escolhas dos consumidores.

“Em um ambiente em que os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes, a transparência, a responsabilidade social e o compromisso com a comunidade são altamente valorizados”, destaca o diretor de Produtos e Negócios do Sistema Ailos, Adelino Sasse. “Os valores cooperativistas, como equidade, solidariedade e justiça social, ressoam positivamente com um público que busca empresas que operam com ética e responsabilidade. Investimos em campanhas de marketing e ações de responsabilidade social que comunicam claramente os benefícios e os valores do cooperativismo. Mostrar como a nossa cooperativa contribui para o desenvolvimento local e para a inclusão financeira ajuda a fortalecer a marca.”

COOPERATIVISMO SE APRENDE NA ESCOLA

Foto arquivo Sistema OCB



*Cooperativas educacionais
formam uma nova geração
de cooperativistas*

**CONHEÇA O
TRABALHO DE DUAS
COOPERATIVAS
EDUCACIONAIS QUE
ESTÃO AJUDANDO
A DIVULGAR A
CULTURA DO COOP
PARA UMA NOVA
GERAÇÃO**

Por Luana Lourenço

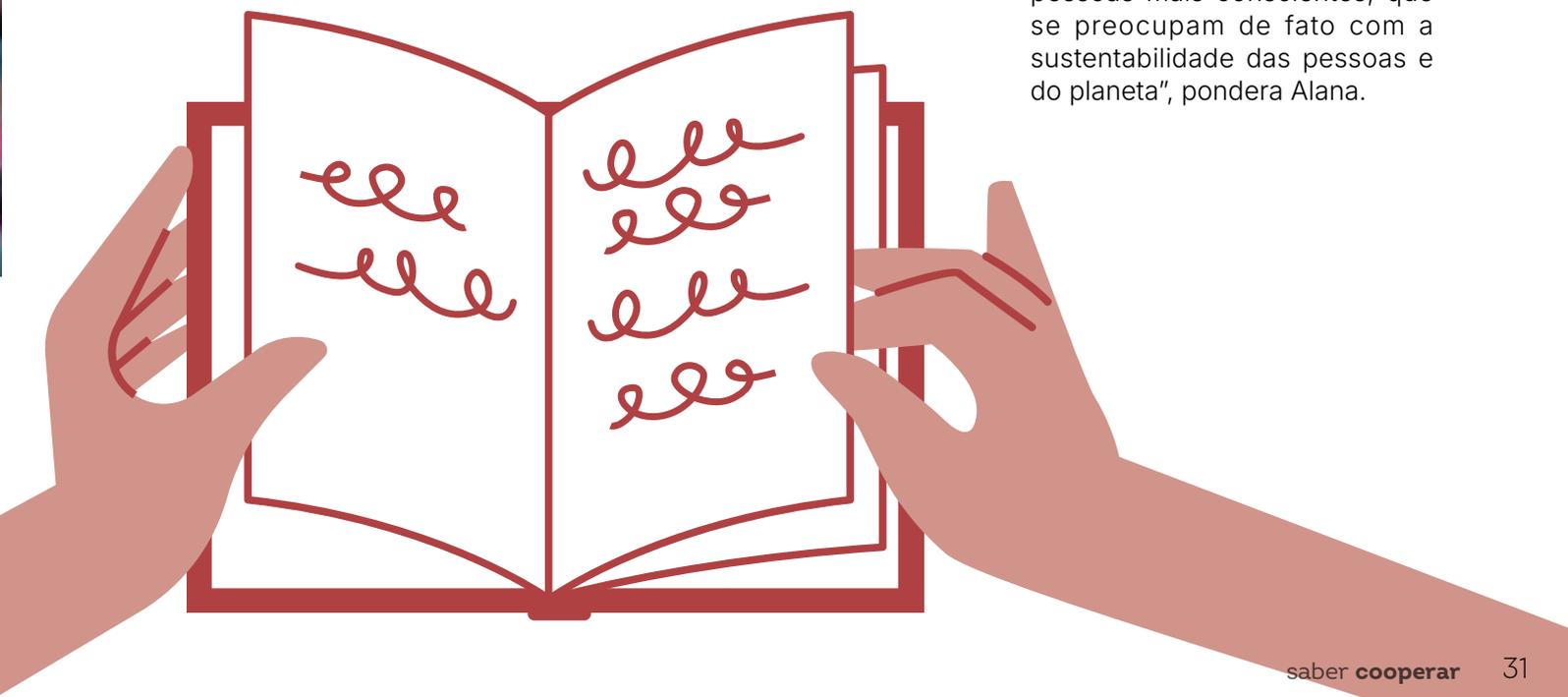
A professora paraense Alana Adinaele conheceu o cooperativismo bem cedo, ainda na infância, na Cooperativa dos Educadores Autônomos de Castanhal (CEAC), escola onde aprendeu as primeiras letras e palavras, na alfabetização. A lição ficou marcada na memória e no coração. Anos depois, ela virou professora; depois, cooperada; e hoje é diretora administrativa da instituição, que tem seis unidades e é referência na educação infantil e ensino fundamental no município, localizado na Região Metropolitana de Belém.

“Foi uma experiência que moldou toda a minha trajetória”, conta Alana. “Eu já sabia que minha escola era diferente, que se preocupava com as pessoas, com o meio ambiente. Depois entendi que o fato de ela ser uma cooperativa tinha tudo a ver com o que ela representa para a comunidade, não só para os alunos e professores, mas para todo mundo em volta.”

Com mais de 20 anos de atuação, a CEAC é uma das 213 cooperativas educacionais em funcionamento no país, que reúnem mais de 190 mil cooperados e geram cerca de 5 mil empregos diretos. Segundo dados do Sistema OCB, a maioria das escolas cooperativistas brasileiras são pequenas e médias, com até 500 matrículas. Em 2023, o segmento educacional cooperativista gerou R\$ 802 milhões em receitas. Mas o principal resultado é outro: as coops educacionais têm ajudado a formar novos cooperativistas pelo Brasil.

Nas escolas da CEAC, por exemplo, além da grade curricular tradicional, os estudantes têm aulas de cooperativismo e, por meio de atividades lúdicas, aprendem desde pequenos a valorizar a união, a solidariedade e a cultura de cooperação.

“Esse é o principal diferencial de fazer parte de uma cooperativa educacional. Não é só a educação pela educação, mas como ferramenta para ajudar a formar pessoas mais conscientes, que se preocupam de fato com a sustentabilidade das pessoas e do planeta”, pondera Alana.



AJUDA MÚTUA

O projeto pedagógico diferenciado da cooperativa paraense segue diretrizes do Cooperjovem, um programa nacional do Sistema OCB que estimula a inclusão do cooperativismo na grade de ensino regular de escolas públicas e privadas.

A iniciativa promove a cultura da cooperação no ambiente escolar, incentivando o envolvimento de professores, estudantes, famílias e comunidade, com base em valores como voluntariado, autonomia e ajuda mútua.

“O Cooperjovem tem como propósito formar protagonistas na construção de uma sociedade consciente, colaborativa e próspera”, explica a gerente de Desenvolvimento de Cooperativas do Sistema OCB, Débora Ingrisano. Este direcionamento está completamente alinhado às competências gerais que devem ser desenvolvidas ao longo da educação básica. Afinal, a Base Nacional Comum Curricular [BNCC] destaca a importância da empatia e da cooperação, valores que ajudam a formar sujeitos capazes de respeitar as diferenças, trabalhar em equipe, tomar decisões, realizar ações e projetos de forma cooperativa.

Em 2019, uma pesquisa com professores, pais e alunos comprovou o impacto positivo do Cooperjovem para o aumento do nível de conhecimentos, habilidades e atitudes cooperativas. Ou seja, os estudantes que passam pelo programa desenvolvem competências colaborativas de forma mais significativa do que aqueles que não participam.

Alana confirma essa transformação positiva na prática, e afirma que os resultados ultrapassam os muros da escola e beneficiam toda a comunidade local.

“A gente vê os nossos alunos extremamente envolvidos em boas causas justamente por conta da cooperativa, vê nossos alunos consumindo produtos coop, alguns já querendo constituir uma cooperativa. E isso é muito gratificante. Como professora de cooperativismo fico extremamente emocionada”, conta orgulhosa a cooperativista que também é coordenadora geral do Comitê Nacional de Jovens do Sistema OCB, o Geração C.



A gente vê os nossos alunos extremamente envolvidos em boas causas justamente por conta da cooperativa, vê nossos alunos consumindo produtos coop, alguns já querendo querendo constituir uma cooperativa. Como professora de cooperativismo fico extremamente emocionada.”

Alana Adinaele

Diretora do CEAC e coordenadora geral do Comitê Nacional de Jovens do Sistema OCB, o Geração C



O Colégio CEM (SC) criou uma minicidade cooperativista para mostrar, na prática, o valor da cooperação

Foto arquivo Sistema OCB

MINICIDADE COOPERATIVISTA

Na outra ponta do país, uma cooperativa educacional de Concórdia, em Santa Catarina, tornou-se referência nacional por um projeto inovador: uma minicidade cooperativista. Isso mesmo, a Cooperativa Educacional Magna (Colégio CEM) criou uma pequena comunidade com Prefeitura, Câmara de Vereadores, espaço cultural, biblioteca, centro de convenções, supermercado e cooperativas de crédito. A minicidade tem regras de trânsito e até eleição de prefeito.

Tudo pensado para que os estudantes e professores vivenciem experiências reais em que possam colocar em prática os princípios do cooperativismo. Na minicidade coop, os cerca de 500 estudantes do Colégio CEM são estimulados a aplicar valores como cidadania e cooperação em atividades que envolvem todas as disciplinas curriculares.

“Queremos que os nossos alunos desenvolvam valores e princípios que os levem a perceber e a efetivar mudanças de comportamento, de paradigma e a transformação de sua realidade política e social. Queremos incentivá-los a terem respeito com o outro e com a comunidade que está a sua volta”, explicou a presidente da cooperativa, Elizeth Pelegrini, em uma reportagem especial publicada em 2023 pela Revista Saber Cooperar.

Criado a partir da união de professores que formaram a cooperativa para evitar o fechamento da escola onde trabalhavam, o CEM já completou 26 anos formando novos cooperativistas e coleciona prêmios e reconhecimentos pela minicidade cooperativista e outros projetos pedagógicos. “Nós temos a oportunidade de vivenciar todos os dias o cooperativismo na nossa instituição. Os alunos podem colocar em prática o que aprendem em sala de aula e aplicar isso ao longo da vida”, acrescenta Elizeth.

“Queremos que os nossos alunos desenvolvam valores e princípios que os levem a perceber e a efetivar mudanças de comportamento e a transformação política e social.”

Elizeth Pelegrini

Presidente do Colégio CEM

Assista ao vídeo
**Vivenciando
a cultura
cooperativista
na minicidade**





DNA COOPERATIVO PROMOVE IMERSÃO SOBRE O COOP PELO BRASIL

COM CONTEÚDO ATRATIVO, DINÂMICAS LÚDICAS E TROCA DE EXPERIÊNCIAS ENTRE OS PARTICIPANTES, *WORKSHOP* CRIADO PELO SISTEMA OCB AJUDA A RESGATAR OS PRINCÍPIOS E VALORES DO COOPERATIVISMO

Conhecer, viver e disseminar: este é o tripé que o Sistema OCB acredita ser necessário para a difusão do cooperativismo. Com base nessas três etapas, a instituição criou o programa DNA Cooperativo, uma imersão no nosso modelo de negócio para capacitar e apoiar as cooperativas na preservação e fortalecimento da identidade cooperativista.

A necessidade de uma solução inovadora para fortalecer a cultura cooperativista foi um dos primeiros resultados concretos da *Pesquisa Nacional do Cooperativismo*, realizada para estruturar os debates do 15º Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC). O levantamento — como citado na matéria *Como fortalecer nosso jeito de negócios sem perder nossa essência, da página 24* — revelou: cinco em cada seis lideranças consideram a conscientização dos cooperados sobre os princípios coop o maior desafio na gestão e governança. Já 49% relataram baixa participação e engajamento dos cooperados no dia a dia das cooperativas como a principal dificuldade nessa área.

Com conteúdo atrativo, dinâmicas lúdicas e troca de experiências entre os participantes, a imersão DNA Cooperativo foi a solução formativa encontrada para resgatar os princípios e valores do cooperativismo e o envolvimento com a cultura coop.

Em oito horas de duração, a imersão aborda, com dados e informações, a história do cooperativismo no mundo e no Brasil, explica os princípios e valores do movimento e nossa atuação nos sete ramos. Desenvolvido para turmas de 30 pessoas, o programa estimula a interação e troca de experiências para conectar os interesses individuais dos participantes com os propósitos do movimento cooperativista.

MUITAS MÃOS

O analista de Desenvolvimento de Cooperativas no Sistema OCB, Joaci Medeiros, envolvido no desenvolvimento do programa, conta que a imersão foi inspirada no DNA

Sicoob, projeto do sistema cooperativista de crédito para incentivar e fortalecer a identidade coop entre os novos colaboradores da instituição. Além disso, para conhecer de perto as raízes do cooperativismo brasileiro, o núcleo responsável pelo desenvolvimento do DNA Cooperativo foi até Nova Petrópolis, no Rio Grande do Sul, onde nasceu a Sicredi Pioneira, primeira cooperativa de crédito do país.

“O DNA Cooperativo foi construído a muitas mãos, tivemos três pilotos até chegar a essa solução atual”, lembra Medeiros. A aplicação do programa teve uma fase piloto com três etapas: primeiro, turmas de colaboradores do Sistema OCB Nacional; em seguida, representantes de Organizações Estaduais de todo o Brasil viajaram a Brasília para um segundo teste; e o terceiro grupo reuniu representantes do Ramo Crédito.

Após a validação na etapa piloto, 34 turmas demonstrativas da imersão DNA Cooperativo já foram realizadas pelo país, em um total de quase mil pessoas impactadas pela solução. Além disso, houve 9 formações de multiplicadores para ampliar o alcance do programa.

E os resultados têm sido animadores. A nota média dos participantes em relação à satisfação com o programa é 9,8, a qual está na Zona de Encantamento da metodologia *Net Promoter Score (NPS)*, que utiliza ferramentas de pesquisa e classificação para analisar o nível de satisfação. Já a respeito da aplicação do conteúdo no dia a dia, em uma escala de 0 a 5, a média é de 4,8.

Segundo Medeiros, os dados refletem o sucesso e a importância da iniciativa para a disseminação da cultura cooperativista. “O intuito é que, ao final do DNA Cooperativo, os participantes tenham entendido que o cooperativismo é um movimento global e centenário, que cresce continuamente e está cada vez mais consolidado no Brasil. Ele se origina de dores, mas se realiza em torno da união de pessoas que têm um propósito em comum e evolui à medida que seus cooperados e colaboradores pensam, vivem, compram e fazem negócios”, pondera.



9,8

Nota média do programa DNA Cooperativo na visão de quem participa dessa formação. A nota máxima é 10.



Foto arquivo pessoal

EXPERIÊNCIA COMPARTILHADA

No Sistema OCB Nacional, todos os colaboradores internos passaram pela imersão, inclusive quem acabou de entrar na Casa do Cooperativismo, como a analista de Desenvolvimento de Cooperativas Sabrina Carvalho, recém-efetivada.

“Participar da imersão foi essencial para resgatar a sensação de pertencimento, de colaboração, de cooperação, de estar todo mundo junto, de que juntos conseguimos chegar mais longe”, avalia.

Para o analista em Documentação do Sistema OCB, Edvan Moura, o momento mais interessante da imersão DNA Cooperativo foi a interação com outros cooperativistas. “Foi muito valioso ouvir o depoimento dos outros colegas sobre cooperativismo, como isso atravessa cada um. O coopera-



O cooperativismo é um movimento econômico, mas não deixa de ser uma ideologia, uma forma de enxergar o mundo. E o DNA Cooperativo é uma ferramenta que leva os princípios e o propósito do cooperativismo para várias pessoas e mais partes interessadas.”

Edvan Moura

Analista em Documentação do Sistema OCB

tivismo é um movimento econômico, mas não deixa de ser uma ideologia, uma forma de enxergar o mundo. E o DNA Cooperativo é uma ferramenta que leva os princípios e o propósito do cooperativismo para várias pessoas e mais partes interessadas”, destaca.

Colaborador do Sistema OCB desde 2011, Moura conta que descobriu fatos importantes sobre o cooperativismo durante o programa e ficou impressionado com a força econômica do nosso modelo de negócio. Dados da Aliança Cooperativa Internacional (ACI) apresentados na imersão mostram que se as 300 maiores cooperativas do mundo fossem um país, seriam a oitava maior economia do mundo, com faturamento combinado de US\$ 2,4 trilhões.

Com o sucesso das primeiras turmas, o programa DNA Cooperativo está em fase de planejamento da expansão e o objetivo do Sistema OCB é levar a iniciativa para mais pessoas em todo o país, com o apoio das Organizações Estaduais. “Já tivemos turmas no Crédito, vamos realizar turmas no Ramo Saúde, este movimento está ganhando corpo. O público-alvo são cooperados e colaboradores das cooperativas. Nas turmas demonstrativas, as Organizações Estaduais puderam entender o que é o DNA Cooperativo para facilitar a oferta da solução para as cooperativas de seus respectivos estados”, explica Joaci Medeiros.

Foto arquivo pessoal



Participar da imersão foi essencial para resgatar a sensação de pertencimento, de colaboração, de cooperação, de que juntos conseguimos chegar mais longe.”

Sabrina Carvalho

Analista de Desenvolvimento de Cooperativas do Sistema OCB

Ficou interessado?

Procure sua Organização Estadual e saiba como sua coop pode fazer parte do programa.

Saiba mais pelo *QR Code*



Cultura cooperativista pelo mundo: um modelo de negócios sem fronteiras

A capacidade das cooperativas de gerar trabalho e renda de forma justa, democrática e sustentável é reconhecida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade. Ao incluir as coops na lista de bens culturais intangíveis, em 2016, a organização destacou que elas viabilizam o fortalecimento de comunidades por meio de interesses e valores partilhados e criam soluções inovadoras para problemas sociais, desde a geração de emprego a projetos de revitalização urbana e energias renováveis. Por essas e outras, a cultura cooperativista está presente em cerca de 150 países.

Conheça alguns exemplos de países onde nosso modelo de negócios faz toda a diferença:



Brasil

Em 2017, o Brasil ficou em primeiro lugar em um ranking de países com maior cultura cooperativista e adesão aos princípios do movimento, produzido pela Co-operatives UK, organização das cooperativas britânicas.

Com 23,4 milhões de cooperados — cerca de 23% da população ocupada — o Brasil é uma referência no cooperativismo mundial. Multissetorial, o coop brasileiro atua em sete ramos e movimenta R\$ 692 bilhões por ano, além de gerar 550 mil empregos. Com tradição cooperativista de Norte a Sul, o país tem 20 cooperativas entre as 300 maiores do mundo, entre elas, a maior do Ramo Saúde: o Sistema Unimed.



Canadá

O Canadá é o berço da primeira cooperativa de crédito das Américas, criada em 1900, por Alphonse Desjardins. De lá pra cá, tornou-se a quinta maior coop financeira do mundo, com US\$13,29 bilhões em volume de negócios, e atende a 1/3 da população do país. Além do segmento financeiro, o cooperativismo canadense é destaque em setores como agricultura, telecomunicações, saúde, habitação, consumo, tecnologia e energias renováveis, e gera mais de 150 mil empregos. Presentes em todo o território nacional, as coops canadenses são reconhecidas pela resiliência e longevidade.





Inglaterra

O cooperativismo nasceu na Inglaterra quando, em plena crise econômica e social, um grupo de tecelões da cidade de Rochdale se uniu para comprar produtos em grandes quantidades e estocá-los — garantindo acesso a esses bens quando precisassem, a preços mais baixos. Hoje, a cidade é a capital mundial do cooperativismo e o Reino Unido, uma das grandes referências para o coop global. Com mais de 74 milhões de cooperados, o setor movimenta US\$ 115 bilhões e lidera iniciativas de sustentabilidade ambiental e social.

Alemanha

O país é referência em intercooperação. Em 1972, as cooperativas de crédito alemãs decidiram parar de competir entre si e uniram forças para conquistar o mercado. A intercooperação levou à criação de um sistema unificado, que hoje tem cerca de 30% da população em sua base de clientes, 20% do segmento de depósitos e empréstimos do país e que não registra quebra há mais de 85 anos. Sob o comando da Federação Nacional dos Bancos Cooperativos, a BRV, as cooperativas de crédito alemãs construíram um modelo baseado em organização estruturada, auditoria e gestão de risco, que se tornou referência mundial para o segmento.

Japão

Quarta maior economia do mundo, o Japão também é coop! Metade da produção agrícola e pesqueira do país passa por cooperativas. Cerca de 40% das famílias japonesas usam produtos e serviços de cooperativas de consumo e, no mercado de seguros, 25% da população é atendida por um serviço cooperativista. Em todo o país, são mais de 65 milhões de cooperados, associados a coops em setores como agricultura, consumo, crédito, trabalho, transporte, habitação e outros. No país com uma das maiores expectativas de vida do mundo, as cooperativas de trabalho têm ganhado força como alternativa de emprego para pessoas idosas.

Ruanda

Após o genocídio que matou 1 milhão de pessoas e reduziu drasticamente a população masculina do país, Ruanda encontrou no cooperativismo uma das bases para sua reconstrução. A organização de mulheres em cooperativas de agricultura e artesanato tem fortalecido a economia local de pequenas comunidades e ampliado a segurança alimentar e a igualdade à medida que o país se reconstrói. Atualmente, Ruanda tem cerca de 10 mil cooperativas, que reúnem mais de 5 milhões de cooperados. Por sua importância estratégica, o movimento cooperativista em Ruanda tem o apoio de organizações não governamentais e agências internacionais de desenvolvimento.

Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





ORGULHO DE SER SUSTENTÁVEL

Ser ambiental e economicamente sustentável está no horizonte de organizações preocupadas com o futuro do planeta. Globalmente, há uma demanda cada vez maior por transparência e responsabilidade corporativa, especialmente diante dos desafios ambientais, como as mudanças climáticas.

Mais uma vez, as cooperativas saem na frente. Por sua natureza, elas têm uma forte inclinação para práticas sociais e uma governança participativa, o que se alinha intrinsecamente com os aspectos do ESG.

A integração desses princípios no modelo cooperativista pode potencializar a sua sustentabilidade e o impacto social, ao mesmo tempo em que reforça a transparência e a responsabilidade em suas práticas de governança.

Dessa forma, no âmbito do cooperativismo, os princípios ESG apresentam uma oportunidade única. Para isso, será preciso ampliar a intercooperação com cooperativas de reciclagem para gestão de resíduos, atuar na mitigação do gerenciamento de riscos nas cooperativas relacionados com mudanças climáticas, fomentar a participação das coops no mercado de carbono e incentivar boas práticas agrícolas nas propriedades rurais.

E para apoiar nossas cooperativas nesses e em outros desafios na área de sustentabilidade, desenvolvemos a solução ESGCoop, que inclui um autodiagnóstico de avaliação do alinhamento da organização às melhores práticas sociais, ambientais e de governança cooperativista.

Saiba mais sobre
**cooperativismo
e ESG**



A família de Anderson Moreira (à esquerda) faz parte de uma cooperativa com quase 100 anos de tradição em sustentabilidade, a Cooperativa Agrícola Mista de Tomé-Açu (Camta)



5 BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA E GESTÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS

SIGA AS DICAS PARA DEIXAR SUA COOP ALINHADA ÀS MELHORES PRÁTICAS DO SETOR

Uma boa gestão é fundamental para o sucesso e a sustentabilidade de qualquer organização, entre elas, as cooperativas. E um dos caminhos para que isso ocorra é implementar, no dia a dia, boas práticas de governança, que possibilitem o alcance dos objetivos de forma transparente, responsável, democrática e eficiente, além de garantir sustentabilidade em longo prazo.

Para auxiliar as cooperativas a implementar uma governança eficiente, o Sistema OCB desenvolveu o *Manual de Boas Práticas de Governança Cooperativa*, que no fim de 2024 ganhará uma edição atualizada que destaca o papel desse pilar para a sustenta-

bilidade dos negócios. O documento aborda procedimentos para garantir um modelo de direção estratégica que siga, na prática, os valores e princípios cooperativistas e assegure uma gestão profissionalizada e sustentável. Ele também aborda conceitos e princípios importantes sobre governança aplicada a sociedades cooperativas e trata de outras questões fundamentais, como o papel de cada integrante da organização, além da função dos órgãos de administração e fiscalização.

O manual traz, ainda, as cinco melhores práticas de governança para as cooperativas. Saiba mais sobre cada uma delas a seguir:



1 Maior participação dos cooperados nas tomadas de decisões

Uma característica central das cooperativas é a participação ativa dos membros nas decisões importantes. Ampliar essa participação vai além de simplesmente permitir votos em assembleias. Significa criar mecanismos para que os cooperados possam contribuir com ideias e opiniões. Isso fortalece o sentimento de pertencimento, aumenta o engajamento, dá mais legitimidade às escolhas e assegura que as decisões reflitam as necessidades reais da base cooperativa.

“Garantir que os cooperados participem ativamente na tomada de decisões é fundamental, afinal, a cooperativa é um empreendimento coletivo. É exatamente essa participação que traz um maior compromisso com a cooperativa, com o trabalho que está sendo executado. E é também uma forma do cooperado fiscalizar o que está sendo empreendido e como o dinheiro dele está sendo utilizado”, observa a coordenadora de Governança e Gestão da Gerência de Desenvolvimento de Cooperativas do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop), Simone do Carmo Direito.

Ainda de acordo com Simone, para os cooperados poderem, de fato, participar de forma efetiva nas tomadas de decisões, é preciso que eles tenham acesso a informações frequentes e acessíveis.

“O cooperado precisa entender o que ele está analisando, saber o que está acontecendo para que possa tomar decisões com base em dados e informações”, afirma. “Isso é um desafio. Mas quando a cooperativa faz esse esforço, ela tem retribuição. O quadro social fica muito mais comprometido. Também se fortalecem os laços entre os membros, promovendo um ambiente mais colaborativo e coeso.”



2 Transparência na prestação de contas

A transparência financeira envolve a divulgação clara e acessível das demonstrações contábeis, relatórios de desempenho e de todas as atividades relevantes para os cooperados. A prática é fundamental para que os associados possam entender como os recursos são geridos e como as decisões afetam financeiramente a cooperativa e eles próprios.

Além de atender aos princípios fundamentais do cooperativismo, a transparência na prestação de contas oferece uma série de vantagens práticas:

Construção de confiança entre os cooperados e a organização. Em geral, quando as informações financeiras são acessíveis e compreensíveis, os membros confiam mais na gestão da cooperativa.

Aumento da participação ativa dos cooperados, pois eles se sentem mais envolvidos quando têm uma visão clara das finanças da cooperativa. Isso cria um ambiente cooperativo mais saudável e envolvente.

Promoção de uma cultura de responsabilidade coletiva. Os membros entendem que a saúde financeira da cooperativa é responsabilidade de todos e estão mais propensos a contribuir para seu sucesso.

Aumento da credibilidade junto às partes interessadas. Parceiros comerciais, instituições financeiras, fornecedores e outras organizações estão mais inclinadas a se envolver com uma cooperativa que demonstre práticas financeiras claras e éticas

Aumento da eficiência da gestão. Afinal, quando as informações financeiras são facilmente acessíveis, os processos de auditoria e conformidade, em geral, são mais simples, economizando tempo e recursos.

Segundo Simone Direito, uma ferramenta de grande importância para a transparência financeira é o relatório anual de prestação de contas. “É essencial que, além dos dados contábeis, o documento também apresente as principais atividades e negócios realizados pela cooperativa. São informações que precisam estar acessíveis para os associados”, observa a coordenadora.



3 Criação de uma estrutura organizada de governança

Investir na criação de uma estrutura organizada de governança é uma decisão estratégica para a cooperativa. Essa prática promove a eficiência interna e constrói uma base sólida para a adaptabilidade, transparência e sucesso a longo prazo. Uma estrutura de governança organizada define claramente os papéis e responsabilidades dos membros, conselhos e diretores da cooperativa.

É importante destacar a governança como um sistema amplo, que articula elementos como cultura (princípios e valores), regras (políticas e diretrizes), órgãos, pessoas, processos e práticas, e tudo isso precisa estar conectado. “Além das pessoas, uma governança eficaz requer liderança ética, diretrizes claras, processos definidos e articulação e racionalização de todo esse sistema na cooperativa”, pondera Simone Direito.

Ao estabelecer processos claros de tomada de decisões, comunicação interna e fluxos de trabalho, a cooperativa reduz a probabilidade de atrasos, erros e conflitos. De modo geral, uma estrutura organizada facilita que as decisões possam ser tomadas de maneira mais rápida e eficaz.

O manual também destaca a importância da governança dual para a profissionalização, competitividade e perenidade da cooperativa. Um mundo em constante mudança e cada vez mais competitivo não permite a acomodação em estruturas que não mais atendem as necessidades da cooperativa.



4 Profissionalização da gestão

A profissionalização da gestão é uma estratégia essencial para cooperativas que buscam não apenas sobreviver, mas prosperar em um ambiente de negócios competitivo e dinâmico. Ao trazer liderança qualificada, a cooperativa fortalece sua capacidade de inovar, crescer de forma sustentável e enfrentar desafios complexos.

Profissionais experientes trazem expertises específicas para a gestão da cooperativa. Eles possuem conhecimentos atualizados sobre práticas de mercado, legislação, finanças e estratégias de negócios, por exemplo, que podem impulsionar o crescimento e a eficiência da organização. Além disso, líderes profissionais, em geral, têm capacidade de tomar decisões com base em análises detalhadas e avaliações de risco. Isso contribui para escolhas estratégicas mais sólidas e alinhadas com os objetivos da cooperativa.

Profissionalizar a gestão também permite um foco mais efetivo na gestão estratégica e na materialização do direcionamento estratégico definido pelo Conselho de Administração. Líderes qualificados podem desenvolver e implementar planos que visam o crescimento sustentável e a competitividade no mercado, além de terem capacidade de identificar e implementar melhorias nos processos internos, possibilitando maior eficiência operacional, redução de custos e otimização dos recursos disponíveis.

Gestores profissionais aumentam, ainda, a confiança de investidores externos e parceiros comerciais. Essas partes interessadas (*stakeholders*) estão mais inclinadas a se envolver com uma cooperativa que demonstre competência e uma abordagem profissional na administração.

“Assim que uma cooperativa é criada, é natural que boa parte da responsabilidade esteja nas mãos dos dirigentes eleitos. Mas assim que houver um equilíbrio entre receitas e despesas, é essencial profissionalizar a gestão”, destaca Simone Direito, do SESCOOP Nacional. “O mundo hoje é muito complexo e ninguém sabe de tudo. Então, é necessário um apoio profissional, sempre, é claro, sob supervisão dos conselheiros, que são responsáveis pelo direcionamento estratégico”.



5 Mapeamento e sistematização de processos

O mapeamento e a sistematização de processos são essenciais para o bom funcionamento de uma cooperativa. A prática permite criar padrões para as atividades operacionais. Isso garante que os processos sejam realizados de maneira consistente, reduzindo a variabilidade e aumentando a previsibilidade nas operações cotidianas.

A melhoria dos processos permite identificar áreas de redundância, gargalos e ineficiências. Ao sistematizar esses processos, a cooperativa pode eliminar desperdícios, reduzir custos operacionais e melhorar a eficiência global. A documentação de processos fornece, ainda, uma base para a implementação de programas de melhoria contínua. Ao entender os processos existentes, a cooperativa pode identificar oportunidades de aprimoramento e inovação ao longo do tempo.

Quer mais? Ao ter os processos mapeados, a cooperativa facilita o treinamento de novos membros. A sistematização fornece um guia para os colaboradores entenderem suas responsabilidades e contribuirão efetivamente para os ob-

jetivos da organização. Além disso, a sistematização ajuda a identificar pontos de vulnerabilidade e risco, permitindo que a cooperativa implemente controles mais eficazes, o que reduz a probabilidade de erros e irregularidades.

Processos sistematizados também são mais fáceis de serem adaptados a mudanças nas condições de mercado, regulamentações ou requisitos dos membros, além de contribuir para uma experiência do cooperado mais consistente e positiva. Desde a solicitação de serviços até a resolução de problemas, a padronização e a eficiência são fundamentais para a satisfação dos associados.

“Muitas pessoas têm o hábito de fazer as coisas de maneira informal. Pode parecer que é mais rápido, mas isso tem custos. Porque cada hora a tarefa é feita de uma maneira. Se uma pessoa sair, perde-se a memória da instituição. E isso não pode ocorrer”, afirma Simone. “Em um primeiro momento, é realmente trabalhoso, mas, com o tempo, o mapeamento e a sistematização de processos vai fazer uma diferença muito grande na cooperativa”, finaliza.



COOPERATIVAS VALORIZAM PESSOAS PARA IMPULSIONAR NEGÓCIOS



**COOPS BRASILEIRAS TÊM
81% DE ADERÊNCIA A
INDICADORES QUE MEDEM
AS BOAS PRÁTICAS SOCIAIS
DE UM NEGÓCIO**

Por Luana Lourenço

O cooperativismo é feito por pessoas e o interesse pela comunidade está entre os princípios do nosso modelo de negócio. Essa preocupação faz com que as cooperativas trabalhem desde sempre com responsabilidade social, conceito ligado a uma das letras da sigla ESG — do inglês *Environmental, Social and Governance*, que se traduzem como meio ambiente, social e governança.

Apesar de o conceito ter sido criado há menos de 20 anos, o compromisso com as pessoas e as comunidades faz com que o cooperativismo tenha muita aderência à agenda ESG, principalmente em relação ao pilar “S”, de social — ligado ao cuidado com as pessoas, incluindo tanto a valorização dos cooperados e dos colaboradores quanto o desenvolvimento da comunidade na qual a cooperativa está situada.

Na prática, o S de ESG estimula as cooperativas, empresas e organizações a zelarem pelas seguintes atividades dentro do seu dia a dia:

- Boas práticas de transparência e integridade
- Avaliação de riscos e oportunidades relativos a saúde e segurança no trabalho
- Inclusão, diversidade e equidade
- Boas práticas trabalhistas
- Respeito aos direitos humanos
- Incentivo à educação e formação
- Relacionamento com a comunidade, com fornecedores e demais partes interessadas
- Conformidade social das atividades que uma cooperativa realiza.

Viu como essa lista tem tudo a ver com o jeito diferente de fazer negócios do cooperativismo? Um levantamento inédito realizado pelo Sistema OCB comprovou que as cooperativas brasileiras estão afinadas com a pauta ESG e se destacam em quesitos como cumprimento de leis e normas, conformidade social e ambiental, além de boas práticas trabalhistas.

De acordo com o diagnóstico ESG AvaliaCoop, na análise específica da dimensão S, as cooperativas brasileiras têm 81,71% de aderência a indicadores de conformidade social; 62,22% em quesitos de boas práticas trabalhistas, e 61,07% em relação a apoio ao desenvolvimento das comunidades.

No dia a dia, o caráter humanizado do cooperativismo é traduzido na prática em ações de impacto na vida dos cooperados, colaboradores e das comunidades, em investimentos com retorno social. Os exemplos estão espalhados por todo o país e em cooperativas de todos os ramos, da área de saúde ao cooperativismo de crédito.

Conformidade das cooperativas brasileiras ao pilar Social do ESG

81,7%

de aderência a indicadores de conformidade social

62,2%

a quesitos de boas práticas trabalhistas

61,9%

em relação ao apoio ao desenvolvimento das comunidades

DIVERSIDADE NO CAMPO

Com unidades no Paraná e Tocantins, a Frísia Cooperativa Agroindustrial, uma das maiores e mais antigas cooperativas agropecuárias do país, mostra que no cooperativismo o ganho vai muito além dos resultados financeiros. Com quase 100 anos de atuação, a cooperativa incluiu entre as diretrizes de seu planejamento estratégico o cuidado com as pessoas e aposta no investimento social para a transformação positiva da sociedade.

De acordo com o coordenador de Eventos e Cooperativismo da organização, Luciano Tonon, o cooperativismo tem um papel fundamental na redução das desigualdades sociais no campo e as cooperativas são protagonistas dessa tarefa por sua atuação sistêmica junto aos cooperados e suas comunidades.

“As cooperativas já nascem de uma necessidade social, de objetivos comuns e compartilhados”, explica o gestor. “Por estar em sua essência, o desenvolvimento econômico sempre vai estar voltado às necessidades de todos àqueles que fazem parte do negócio, o que acontece, principalmente, se as suas comunidades estão fortalecidas”.

Para Toulon, o fato de a Frísia estar há quase cem anos no mercado deve-se ao fato de ela ter entendido a importância do social desde o início de suas atividades, trabalhando com transparência, processos democráticos e integridade. “Boa parte dos nossos resultados são redistribuídos para os cooperados, trazendo viabilidade e competitividade para o campo. Em tudo o que fazemos, trabalhamos aspectos diretos e indiretos para o bem-estar das comunidades”, explica.

O investimento social da Frísia é feito por meio de programas contínuos e de forma transversal, apoiando causas sociais ou mitigando impactos das atividades da cooperativa. A coop tem iniciativas relacionadas à diversidade, sucessão, etarismo, educação, formação e inclusão. Por meio da Fundação Frísia, os cooperados e a comunidade têm acesso a serviços médicos, ginásio de esportes e clube social para entretenimento e bem-estar. Além disso, a cooperativa promove ações socioculturais para a população em suas áreas de atuação e desenvolve programas de formação, capacitação e entrada no mercado de trabalho.



Foto arquivo pessoal

MULHERES IMPULSIONAM NEGÓCIOS

Entre as iniciativas sociais da Frísia, também se destacam as ações de inclusão produtiva de mulheres, com incentivo ao empreendedorismo feminino e à formação de lideranças. Segundo Tonon, a cooperativa acredita no fortalecimento da participação feminina como uma forma de impulsionar os negócios.

“As mulheres têm buscado seu aperfeiçoamento em gestão, e isso tem resultado no crescimento das propriedades agropecuárias, verticalização dos negócios e inovação. Além disso, desempenham um papel importante na contribuição de novas estratégias e integram diversos comitês na cooperativa, sempre apoiadas pelo Conselho de Administração”, afirma o coordenador.

Como forma de reconhecer essa relevância e estimular o aumento da presença feminina em todas as instâncias da cooperativa, a Frísia criou o Prêmio Mulheres que Inspiram. “A premiação valoriza o protagonismo da mulher no campo, reconhece sua contribuição para o agronegócio e tem o objetivo de fortalecer o cooperativismo e incentivar o trabalho da mulher no meio rural com sustentabilidade”, explica Luciano Tonon.

Na primeira edição, o Prêmio Mulheres que Inspiram reconheceu três produtoras cooperadas da Frísia: Juliana dos Santos Ventura, do Paraná, da área de Pecuária Leite; Deborah Gerda de Geus também do Paraná, na Pecuária Suínos; e Dorotea Hildenbrandt Weigand, de Tocantins, na área agrícola.

“Com ações como essas, a Frísia compartilha as boas práticas, sendo um aprendizado, incentivo e motivação às demais mulheres”, pondera o coordenador.

As cooperativas já nascem de uma necessidade social, de objetivos comuns e compartilhados. Por estar em sua essência, o desenvolvimento econômico sempre vai estar voltado às necessidades de todos àqueles que fazem parte do negócio, o que acontece, principalmente, se as suas comunidades estão fortalecidas”.

Luciano Tonon

Coordenador de Eventos e Cooperativismo da Frísia

AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO

Apoiar as mulheres no campo também é um dos objetivos de uma iniciativa de investimento com retorno social da Cooperativa Agrícola Água Santa (Coasa), uma cooperativa do Ramo Agropecuário que atua no interior do Rio Grande do Sul.

Há três anos, o Programa Consumo Sustentável da Coasa desenvolve atividades de formação com mulheres agricultoras para que elas possam implementar práticas sustentáveis em suas propriedades rurais. O programa já atendeu diretamente mais de 100 famílias, com ações de incentivo à produção diversificada de alimentos, plantas bioativas, aproveitamento integral de alimentos e manejo ecológico das lavouras.

Os resultados são tão positivos que o Programa Consumo Sustentável foi um dos projetos contemplados pelo Fundo Social do Sistema Ocergs. A entidade representativa das cooperativas gaúchas selecionou dez projetos de cooperativas com impactos nas áreas de educação, saúde, cultura, integração social, geração de renda e meio ambiente. Juntas, as iniciativas receberam, em 2023, investimento de R\$ 1,7 milhão e devem beneficiar mais de 30 mil pessoas em todo o Rio Grande do Sul, entre cooperados e comunidades.

Saiba mais sobre a Cafesul no **SomosCoop na Estrada**



A força da mulher: Cooperativa dos Cafeicultores do Sul do Estado do Espírito Santo (Café Sul) possui um café 100% produzido por cooperadas



Foto divulgação

Investimento social não é filantropia



É importante destacar que o investimento social ligado à agenda ESG não é o mesmo que filantropia. Muitas cooperativas brasileiras estão diretamente envolvidas em ações que beneficiam pessoas em situação de vulnerabilidade, com doação de alimentos, prestação de serviços, atividades de inclusão social, entre outras. Todas essas iniciativas são positivas, bem-vindas e também demonstram o comprometimento do cooperativismo com as pessoas e as comunidades, mas são consideradas ações filantrópicas e não estratégias da dimensão S do ESG.

Na filantropia, o objetivo é promover ações pontuais em benefício de segmentos sociais vulneráveis ou expostos à exclusão e à discriminação.

Já o investimento com retorno social está ligado a iniciativas de impacto, que, além de transformar a realidade das pessoas envolvidas, geram oportunidades de negócio e se tornam um diferencial competitivo para quem as realiza.

Quer um exemplo prático? Um grupo de pequenos agricultores cooperados teve a safra prejudicada pelas chuvas e perdeu parte da produção, reduzindo sua fonte de renda. Doar alimentos e outros itens para as famílias, enquanto enfrentam dificuldades financeiras, é uma ação de filantropia necessária e oportuna. Em outra frente, oferecer capacitação para que os produtores aprendam a lidar com eventos climáticos extremos e fornecer insumos que possam melhorar o trabalho nas lavouras é uma estratégia de negócio, um investimento com retorno social.

Assim como as outras letras da sigla, a dimensão S do ESG busca contribuir para a sustentabilidade do negócio e das pessoas.

LINHAS DE CRÉDITO VERDE? O COOP TEM

CONHEÇA OS PRODUTOS E SERVIÇOS VOLTADOS
PARA A PROMOÇÃO DA SUSTENTABILIDADE
OFERECIDOS PELO COOPERATIVISMO BRASILEIRO

Por Alessandro Mendes

O interesse pela comunidade é um dos princípios que regem o cooperativismo. E isso se dá com um trabalho voltado para o desenvolvimento sustentável dessas comunidades, por meio do investimento em projetos economicamente viáveis, ambientalmente corretos e socialmente justos. Um dos ramos que vem sendo protagonista nesse trabalho é o Crédito. Nos últimos anos, essas instituições vêm se destacando ao oferecer linhas de financiamento com foco em sustentabilidade e desenvolvi-

mento, ajudando a impulsionar iniciativas que melhorem a qualidade de vida dos cooperados, de suas famílias e dos locais onde atuam.

De forma geral, essas linhas de crédito contam com taxas de juros e condições de pagamento mais favoráveis do que outras linhas existentes no mercado. Elas têm como foco principal pequenos empreendedores e agricultores familiares, além de pessoas físicas, e são voltadas para diversas atividades com foco em sustentabilidade e desenvolvimento.

Foto divulgação Sistema OCB





Os principais sistemas de crédito cooperativo já oferecem empréstimos para projetos sustentáveis

Existe, por exemplo, financiamento para agricultura sustentável, para apoiar os produtores a adotarem práticas sustentáveis, como agricultura orgânica, agroecologia, tecnologias de agricultura de baixo carbono e conservação de recursos naturais. Também é possível ter acesso a recursos para levar água tratada e esgoto a residências que ainda não contam com esses serviços.

Há, ainda, linhas de crédito para energias renováveis, que financiam, por exemplo, a instalação de painéis solares, biodigestores (biomassa), turbinas eólicas ou outras tecnologias. E para eficiência energética, possibilitando a compra de eletrodomésticos e máquinas mais modernas e que consumam menos energia.

“No âmbito das cooperativas de crédito, toda operação tem como foco a sustentabilidade, seja de um pequeno ou um médio empreendimento, seja de uma pessoa física”, destaca Moacir Krambeck, membro da Coordenação do Conselho das Cooperativas de Crédito do Sistema OCB (CECO). “Afinal, o objetivo é fazer com que o tomador tenha mais qualidade de vida e não que ele se endivide. Que um negócio seja rentável, que uma pessoa que esteja, por exemplo, em um momento de dificuldade possa sair dessa situação da melhor maneira possível. E essas linhas específicas para sustentabilidade e desenvolvimento vieram para somar.”

Krambeck destaca que as cooperativas de crédito vêm ampliando as linhas com esse foco e que a tendência é que continue havendo crescimento. “Principalmente nos últimos dois anos, isso tem sido mais forte. As cooperativas estão abrindo cada vez mais espaço para financiar projetos com essa pegada e que tragam benefício coletivo”, observa. “Não tenho a menor dúvida de que isso vai aumentar ainda mais. Nós, do Ramo Crédito, queremos ampliar as ações com foco nos critérios ESG, de ambiental, social e governança”, completa.



Foto arquivo pessoal

“No âmbito das cooperativas de crédito, toda operação tem como foco a sustentabilidade, seja de um pequeno ou um médio empreendimento, seja de uma pessoa física. Essas linhas específicas para sustentabilidade e desenvolvimento vieram para somar.”

Moacir Krambeck

membro da Coordenação do Conselho das Cooperativas de Crédito do Sistema OCB (CECO)

ÁGUA E ESGOTO

Uma cooperativa que tem impactado positivamente a comunidade em que atua por meio de linhas de crédito voltadas para o desenvolvimento e a sustentabilidade é a Viacredi, do Sistema Ailos, que atua em 25 cidades do estado de Santa Catarina e 5 do Paraná. A instituição conta com a linha Saneamais, que financia ações voltadas para o acesso a água tratada e a rede de esgoto. A iniciativa surgiu em 2022, após uma parceria com a Water.org, organização internacional fundada pelo ator Matt Damon e pelo engenheiro Gary White com atuação em 11 países da África, Ásia e América Latina.

“A Water.org é uma instituição com foco em levar, de forma acessível, água e saneamento para países pobres ou em desenvolvimento. Eles já atuavam no Brasil há alguns anos, mas nunca tinham

trabalhado com uma cooperativa de crédito. E, em 2021, eles nos procuraram para estabelecer uma parceria para a criação de uma linha específica que se tornou a Saneamais. No ano seguinte, já a colocamos em funcionamento”, conta Sheyla Hennich Mendonça, especialista em Negócios da Viacredi.

A Saneamais permite que cada pessoa física financie até R\$ 20 mil, sendo R\$ 10 mil para abastecimento de água e R\$ 10 mil para esgoto, com taxa de juros entre 1,46% e 2,19% ao mês e pagamento em até 48 meses. Desde a criação, foram feitos cerca de 3 mil contratos de financiamento por meio dessa linha, beneficiando diretamente mais de 9,3 mil pessoas.

Entre as atividades financiáveis estão reforma de banheiro, compra ou troca de caixa d'água ou de hidrômetro, construção de caixa de gordura, limpeza ou



construção de fossa séptica, construção de poço artesiano, manutenção de encanamento, reaproveitamento de água de chuva e contratação de mão de obra especializada.

“Santa Catarina é um estado com um dos maiores índices de câncer no país e uma das razões é o baixo índice de tratamento de esgoto. Então, há uma necessidade muito grande de melhorar essa situação e a Saneamais vem exatamente nesse sentido”, afirma Sheyla. “Nossa meta inicial era fechar, em média, 120 contratos por mês e acabamos fazendo 150. Há bastante interesse e nossa perspectiva é de que essa linha continue crescendo”, observa.

Um dos contratos de financiamento da Saneamais foi assinado pelo casal Nelson e Valdirene Hofelmann, da cidade de Benedito Novo, em Santa Catarina. Por muitos

anos, Nelson trabalhou como pedreiro para sustentar a família e, há cerca de um ano, decidiu ter seu próprio negócio e montar uma pequena barraca de caldo de cana e pastéis.

Hoje, os dois trabalham juntos na barraca e vêm fazendo bastante sucesso na comunidade. Com isso, puderam realizar o sonho de construir sua própria residência. Com a obra iniciada, foi preciso obter recursos para fazer o banheiro e colocar a fossa, o filtro e a caixa d’água.

Nelson pediu um empréstimo de R\$ 10 mil à Viacredi em agosto de 2022. O financiamento está sendo pago em 48 parcelas de R\$ 314,64. O material para a obra já foi comprado e o serviço, finalizado. “Se não fosse a Viacredi, seria impossível realizar esse sonho”, conta Nelson.



Foto arquivo pessoal

“Santa Catarina é um estado com um dos maiores índices de câncer no país e uma das razões é o baixo índice de tratamento de esgoto. Então, há uma necessidade muito grande de melhorar essa situação e a Saneamais vem exatamente nesse sentido.”

Sheyla Hennich Mendonça

Especialista em Negócios da Viacredi



Na propriedade de Anderson (à esquerda) e Clodomir Moreira, da Cooperativa Agrícola Mista de Tomé-Açu, do Pará, a energia é limpa e sustentável

ENERGIA SUSTENTÁVEL

A instalação de fontes de energia sustentáveis é outra iniciativa que conta com linhas de crédito específicas em diversas cooperativas, como a própria Viacredi, que financia a instalação de sistemas de energia fotovoltaica e eólica.

Quem também oferece crédito com esse objetivo é o Sistema Unicred. A instituição conta com uma linha específica para geradores solares, permitindo a implantação e expansão de painéis fotovoltaicos em diferentes localidades, como comércios, residências, hospitais, clínicas e indústrias, entre outros. Além de taxas de juros competitivas, os tomadores de crédito têm acesso a consultoria especializada em projetos solares, garantindo a correta implementação e maximização da eficiência dos painéis fotovoltaicos.

Já o Sicredi conta com duas linhas específicas para energia sustentável, uma voltada apenas para energia solar e outra com foco em outras fontes renováveis, como eólica, hídrica e de biomassa. A instituição conta, ainda, com uma linha voltada para a eficiência energética, que permite o financiamento de diversos recursos necessário à realização de projeto para redução do consumo de energia, como aquisição e instalação de eletrodomésticos, máquinas e equipamentos mais modernos e eficientes e também a realização de obras civis com essa finalidade. As três linhas são voltadas tanto para pessoas físicas quanto jurídicas e têm prazo de pagamento de até 120 meses.

BAIXA EMISSÃO DE CARBONO

Outra linha de crédito direcionada para sustentabilidade operada pelo Sicredi é a ABC Sicredi, voltada para a economia verde e a redução da emissão de carbono na agropecuária. A instituição também opera o programa RenovAgro, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que busca aumentar a produtividade em bases sustentáveis e adequar as propriedades rurais à legislação ambiental.

O programa RenovAgro é dividido em linhas selecionadas para cada necessidade do agronegócio, como Sistema de Plantio Direto (SPD), Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), recuperação de áreas e pastagens degradadas, florestas plantadas, fixação biológica de nitrogênio, tratamento de dejetos animais, sistemas orgânicos de produção e adequação das propriedades rurais frente à legislação ambiental. Podem ser financiados até 100% dos projetos que proporcionam o crescimento da rentabilidade do agronegócio aliado a um processo produtivo sustentável. O prazo de pagamento varia de 5 a 12 anos, a depender da modalidade, com taxas de juros entre 7% e 8,5% ao ano.





COMO O COOPERATIVISMO PODE TRANSFORMAR O MUNDO?

O Futuro é Coop, escrito pela futurista Martha Gabriel, apresenta o cooperativismo como uma resposta poderosa para criar uma sociedade mais justa, equitativa e sustentável.

Mergulhe nessa leitura e descubra como o movimento cooperativista é a solução para o futuro!

Leia o
QR code
e baixe
agora.



somoscoop»



SistemaOCB

CNCOOP | OCB | SESCOOP

O que é bioeconomia e qual é a sua relação com o cooperativismo?

A onda verde chegou com força ao setor econômico. A chamada bioeconomia está em alta, mas você sabe o que ela propõe, na prática? Não! Então, confira nosso infográfico



O QUE É BIOECONOMIA?

A bioeconomia é um modelo de negócio baseado no uso sustentável de recursos biológicos para a produção de alimentos, energia, materiais e serviços. Nossa biodiversidade, flora e fauna, conjunto de ecossistemas, espécies e genes disponíveis no planeta, são utilizados para criar e desenvolver produtos que vão desde simples manufaturas até produtos de altíssima tecnologia que envolvem recursos genéticos, sim, tudo isso, mas com respeito ao meio ambiente. Um bom exemplo disso são as vacinas e os biocombustíveis.



Case de referência

Cooperativa Agroextrativista Mapiá e Médio Purus

Fundada em 2003 por um grupo de 21 extrativistas da comunidade Vila Céu do Mapiá, no Amazonas, a Cooperar promove atividades produtivas sustentáveis, com geração de trabalho e renda e conservação da floresta. A cooperativa atua em 65 comunidades ribeirinhas ao longo de mil quilômetros do Rio Purus. Cerca de 300 cooperados produzem e beneficiam cacau nativo, madeiras tropicais, óleos e manteigas vegetais, pastas e farinhas de frutos desidratados. A cooperativa tem oito núcleos produtivos e uma agroindústria instalados em uma das áreas mais preservadas da Amazônia brasileira.



Com produção focada no uso múltiplo da floresta e na cultura e a tradição das comunidades locais, além de manter a floresta em pé, os bioprodutos da Cooperar promovem a sustentabilidade econômica social, o respeito à cultura e povos tradicionais, e a inclusão social com capacitação de mulheres e jovens.

Potencial de geração de riqueza da bioeconomia

2 trilhões de euros por ano no mercado mundial

22 milhões de novos empregos

40 países entre eles, o Brasil, incluíram a bioeconomia como parte de suas estratégias para o futuro

20% de todas as espécies animais e vegetais do mundo estão no Brasil. Temos a maior biodiversidade do planeta e, portanto, potencial para liderar a transição para a bioeconomia.

Fontes: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Global Bioeconomy Summit

Onde as coops são destaque na bioeconomia?

Preservação da Amazônia

Na Região Norte, cooperativas extrativistas preservam a Amazônia com manejo sustentável e preservação da floresta em pé.

Segurança alimentar

As cooperativas extrativistas têm papel fundamental na segurança alimentar, com produção de frutos, fibras e sementes que garantem a alimentação de comunidades.

Controle de passivos ambientais

Cooperativas agrícolas convertem passivos ambientais, como dejetos e resíduos de animais, em fertilizantes com base biológica menos agressivos ao solo.

Geração de energia limpa

Por meio da utilização de microorganismos em biodigestores, cooperativas aproveitam dejetos e resíduos agroindustriais para produção de biogás.

Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





O FUTURO É COOP

A inovação é um elemento que faz parte do DNA do cooperativismo que, desde a sua criação, já se destacou por ser um modelo de negócios à frente do seu tempo.

Transformações impulsionadas pela tecnologia, em especial pela inteligência artificial e pela automação, estão modificando o mercado de trabalho e demandam uma rápida adaptação. Para quem quer sobreviver, inovar virou um mantra.

Estabelecer novos fluxos e dinâmicas mais modernas. Ter a mentalidade aberta à experimentação e ao risco. Tudo isso passa pela educação contínua dos cooperados e pela criação de um ambiente que estimule a criatividade e a colaboração.

Também é necessária a sensibilização de lideranças para a temática. A solução passa pela implementação de processos decisórios mais inclusivos e democráticos, bem como pelo investimento em programas de capacitação e sensibilização sobre a importância da cultura da inovação para o sucesso da cooperativa.

Fortalecer o ecossistema de inovação, fomentar e incentivar programas de criatividade, desafios de inovação e iniciativas de intraempreendedorismo estão entre as diretrizes estratégicas que serão adotadas pelo cooperativismo.

Tudo isso, é claro, sem deixar de lado o que mais importa: o capital humano

Fernanda da Motta Xavier, pesquisadora da Cotrijal (RS): destaque na lista da 100 Mulheres Doutoradas do Agro da revista Forbes



COOPERATIVAS INOVADORAS QUE VOCÊ PRECISA CONHECER



Foto divulgação

ELAS APOSTARAM EM INOVAÇÃO E JÁ COMEÇARAM A COLHER OS FRUTOS DESSE INVESTIMENTO

Por Luana Lourenço

Quando o assunto é inovação, as cooperativas brasileiras têm lugar de destaque no cenário nacional, com premiações, reconhecimentos e, claro, desenvolvimento de soluções que melhoram a competitividade dos negócios coop e a vida dos 20,4 milhões de cooperados.

Para 84% das cooperativas do país, inovar é um tema considerado muito importante, e 79% já têm a inovação em seus planejamentos estratégicos, segundo levantamento feito em 2024, com 1.001 cooperativas, pelo Sistema OCB — entidade que representa o cooperativismo no Brasil.

“No cooperativismo, a inovação tem um papel fundamental: gerar valor e resultados fazendo com que todo o impacto econômico e social que este modelo de negócio representa chegue a mais pessoas, em todos os ramos em que elas atuam”, afirma o gerente de Inteligência e Inovação do Sistema OCB, Guilherme Costa.

Números

84% das cooperativas consideram inovação um tema muito importante

79% já têm a inovação em seus planejamentos estratégicos

53% das cooperativas inovam no atendimento ao cliente

53% investem em inovação no marketing e na comunicação externa

48% em tecnologia

Fonte: Pesquisa de Inovação do Cooperativismo Brasileiro 2024/Sistema OCB

As coops têm apostado em inovação tanto internamente, com investimentos, criação de laboratórios e melhoria da gestão; quanto na inovação aberta, em conexão com outras instituições, entre elas as *startups*, as jovens empresas de base tecnológica.

De acordo com a nova pesquisa do Sistema OCB, 53% das cooperativas inovam no atendimento ao cliente, 53% no marketing e na comunicação externa, 48% em tecnologia e 43% na parte comercial.

Com cooperativas de todos tamanhos, em vários setores da economia e espalhadas pelo Brasil — 4.508 no total — o grau de inovação no segmento cooperativista também é diverso. De um lado, há coops estão começando a desenvolver programas de estímulo a novas ideias e definindo as fontes de recursos para inovar. Na outra ponta, estão as cooperativas que são referência em inovação, com iniciativas de impacto e resultados que têm transformado seus negócios.

Conheça algumas delas a seguir:



Fotos divulgação

A Unimed-BH é referência em inovação, dentro e fora do cooperativismo



UNIMED-BH: ATENDIMENTO À SAÚDE NA ERA DOS DADOS

Com mais de 1,5 milhão de clientes, a Unimed-BH tem levado a inovação no setor de saúde a um novo patamar, com soluções que combinam tecnologia e valorização das pessoas para melhorar o atendimento. A coop mineira tem inovações utilizadas pelo Sistema Único de Saúde (SUS) e há três anos consecutivos aparece no top 3 do Prêmio Valor Inovação Brasil na categoria e Seguradoras e Planos de Saúde.

“No setor de saúde, a inovação é uma constante. É um dos setores em que o ritmo de lançamento de novas tecnologias está

cada vez mais acelerado e a transformação digital tem se intensificado, sobretudo após a pandemia, quando os atendimentos em formato digital ganharam escala”, explica o diretor-presidente da Unimed-BH, Frederico Peret.

Mais que uma aposta tecnológica, a estratégia da Unimed-BH para a área de inovação tem uma abordagem integrada, com atuação centrada no cliente, orientada por dados e com foco na sustentabilidade. “O objetivo é responder aos desafios conectados às jornadas do cooperado e do cliente com inovações cada vez mais focadas em saúde digital, autosserviços, inteligência artificial, novas soluções para atendimento médico e criação de novos negócios”, lista Peret.

Entre as inovações que levaram a Unimed-BH a se tornar referência no setor, estão o aplicativo da cooperativa, em que os clientes podem acessar dados e documentos de saúde de maneira centralizada; e o modelo de telemedicina, criado em 2020, no começo de pandemia de Covid-19.

Com uma plataforma digital própria de teleconsulta, os médicos cooperados realizavam atendimentos à distância durante o período de isolamento. O serviço foi tão bem-sucedido que continua em funcionamento até hoje com atendimento *on-line* 24 horas. Desde o lançamento, a central já realizou mais de 1,3 milhão de consultas. Além disso, a plataforma passou a ser utilizada pela Secretaria Municipal de Saúde de Belo Horizonte para atendimentos de pacientes do SUS.

Agora, a Unimed-BH tem investido em estratégias baseadas no conceito “fíigital”, que combina os ambientes físico e digital para melhorar a atenção à saúde. Na prática, os serviços tecnológicos são sempre aliados à possibilidade de atendimento humano. Além disso, a cooperativa aposta em recursos digitais que facilitem as condições de trabalho dos médicos para que eles possam se dedicar ao cuidado com os pacientes.

“Diferentemente de outros setores, em que há espaço para que a tecnologia substitua totalmente o atendimento humano, a saúde evolui a partir da prática do cuidado que, por sua vez, se enriquece com o conhecimento humano, que é algo único. A Unimed-BH tem se consolidado como uma das empresas de saúde no Brasil que mais investe na criação de modelos de inteligência artificial, em telemedicina e no uso de robôs para interação com clientes e médicos”, afirma Peret.

Com um centro de inovação em funcionamento há quase dez anos, a Unimed-BH também mantém conexões com *startups*, universidades e grandes empresas de tecnologia para seguir na vanguarda da transformação do setor de saúde.

No mapa da inovação da coop mineira, o destaque da vez é o uso de dados para desenvolvimento de modelos de Inteligência Artificial para a saúde — já são 29 em operação. Além disso, a Unimed-BH criou um estúdio de novos negócios, a Horizontes Studio, para comercializar produtos digitais desenvolvidos com a expertise da cooperativa, como apps e plataformas.

“No setor de saúde, a inovação é uma constante. É um dos setores em que o ritmo de lançamento de novas tecnologias está cada vez mais acelerado e a transformação digital tem se intensificado, sobretudo após a pandemia, quando os atendimentos em formato digital ganharam escala.”

Frederico Peret

Diretor-presidente da Unimed-BH

Foto divulgação



LAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL: CHUVA DE IDEIAS

Orgulhosa de ser uma das cooperativas que mais emprega no Brasil, a Lar Cooperativa Agroindustrial faz questão de incluir todos eles na criação de produtos e processos que melhorem a competitividade e os resultados.

Desde 2016, a segunda maior cooperativa do Paraná, e uma das maiores do Ramo Agropecuário no Brasil, tem um programa de inovação estruturado em seis áreas, entre elas educação corporativa, recursos financeiros e transformação digital.

Um dos focos da Lar é criar uma cultura de inovação cooperativista e incentivar novas ideias e projetos em todos os setores da coop. Para garantir o engajamento dos colaboradores, a cooperativa criou o Programa de Ideias, que reconhece iniciativas inovadoras com prêmios em dinheiro.

“Na Lar acreditamos que a inovação é sobre pessoas. Para além de adotarmos tecnolo-

gias e equipamentos de ponta para melhorarmos nossa produtividade, entendemos que a criação de uma cultura da inovação é o que fará com que a cooperativa se mantenha perene, moderna, melhorando continuamente. São as pessoas, que estão no dia a dia em seus postos de trabalho, os melhores consultores para nos dizer onde estão as oportunidades de melhoria, de inovação em processos e também em produtos”, explica o superintendente administrativo e financeiro da Lar, Clélio Marschall. Em 2023, mais de 1,5 mil ideias foram inscritas no programa, com potencial de fazer a cooperativa economizar cerca de R\$ 34 milhões em processos administrativos e industriais. Para se ter uma ideia da evolução da iniciativa nos últimos anos, em 2016, o programa recebeu 223 ideias.

“Metade dos inscritos em 2023 participaram pela primeira vez nesta edição. Isso significa que estamos gerando cultura de inovação. E o sentimento de pertencimento vai contagiando outras pessoas que também querem participar, o que tem transformado a Lar num celeiro de boas ideias com excelentes resultados”, avalia Marschall.

*Para o time da Lar,
"inovação é sobre pessoas"*



Foto divulgação

Entre as ideias vencedoras da edição mais recente, estão inovações simples, mas com impactos significativos para a cooperativa. Um dos exemplos foi a substituição de embalagens de papelão para os ovos — que eram compradas de fornecedores e descartadas após o uso — por um sistema automatizado de armazenagem e transporte, em que os suportes são reutilizáveis, dando mais agilidade ao processo e reduzindo custos.

A chuva de ideias do Programa de Inovação também resultou em projetos para redução do uso de energia elétrica na captação de água; otimização do processo de pesagem na formulação de rações; novo manejo para melhor produtividade de leitões; redução da mão de obra no processo de recuperação de grãos de soja em vagem verde, entre outras. Mais de R\$ 100 mil em prêmios foram distribuídos entre os colaboradores que apresentaram as inovações.

Além de fomentar a inovação internamente, a Lar também aposta em parcerias para inovar e tem programas consolidados de apoio a instituições de pesquisa e conexões com *startups* para buscar soluções tecnológicas para desafios da produção no campo e na agroindústria.

A coop paranaense coleciona reconhecimentos por sua política de inovação, como os títulos de 1ª Cooperativa em inovação no Brasil; 6ª entre as empresas mais inovadoras do Agronegócio Nacional e 124ª Empresa mais inovadora do Brasil, segundo o *ranking* do Prêmio Valor Inovação Brasil 2021.

“Começamos pequenos, mas a inovação feita pelas pessoas tem nos surpreendido a cada ano com ótimos resultados tanto para a cooperativa quanto para os funcionários, o que nos dá a segurança de que estamos trilhando um bom caminho”, pondera Marschall.



Foto divulgação

“Na Lar acreditamos que a inovação é sobre pessoas. São as pessoas, que estão no dia a dia em seus postos de trabalho, os melhores consultores para nos dizer onde estão as oportunidades de melhoria, de inovação em processos e também em produtos.”

Clédio Marschall

*Superintendente Administrativo
e Financeiro da Lar*

O carimbo SomosCoop foi criado para facilitar a identificação dos nossos produtos e serviços.

Mas vai muito além disso

O carimbo SomosCoop aumenta a exposição da imagem do cooperativismo em todo o país, fortalecendo as cooperativas e nosso modelo de negócio. **Quanto mais coops abraçarem essa ideia, mais forte ela fica.**



central.somos.coop.br

Acesse para
baixar o carimbo

Mais
visibilidade

Mais
credibilidade



Mais força



de

Mais oportunidades



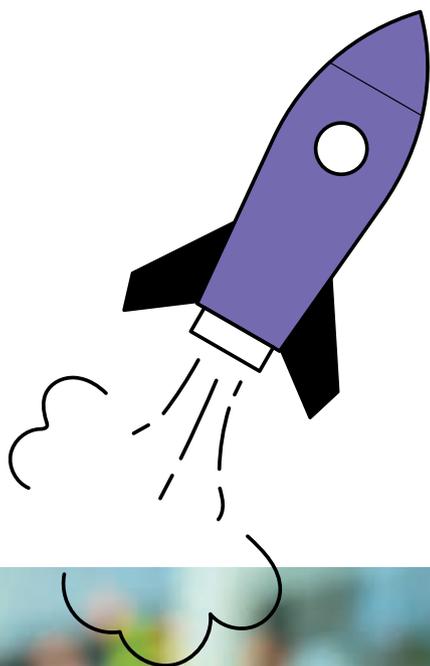
Mais resultados

somos coop



STARTUPS COOPERATIVAS: INOVAÇÃO COM JEITO COOPERATIVISTA DE FAZER NEGÓCIOS





AS COOPTECHS SE DESTACAM NO MERCADO TECNOLÓGICO POR PERTENCEREM AOS COOPERADOS E SEREM ADMINISTRADAS POR ELES DE FORMA DEMOCRÁTICA E SEM INTERVENÇÃO EXTERNA

Por Luana Lourenço

Cooperativas também podem ser *startups*? A resposta é sim, e esse tipo de empreendimento já tem até nome: *cooptech*. Mistura das palavras cooperativa e *technology* (tecnologia, em inglês), o termo se refere a cooperativas que nascem com os genes das *startups*, as jovens empresas com alto grau de escalabilidade dos negócios, que ganharam popularidade no começo dos anos 2000.

As *startups* desenvolvem soluções inovadoras utilizando a tecnologia como ferramenta principal, por isso ganham nomes que combinam os setores aos quais se dedicam com o sufixo *tech*, como as famosas as *fintechs*, *startups* ligadas ao setor financeiro; e as novíssimas *greentechs*, que se dedicam à inovações sustentáveis.

No caso das *cooptechs*, são cooperativas formadas para atuação em negócios inovadores e ligados ao universo digital, como desenvolvimento de softwares, de games, bancos de dados, consultoria em Inteligência Artificial, entre outras áreas.

“O conceito é novo e ainda não há uma definição oficial, mas a ideia de *cooptechs* já mostra como o cooperativismo é inovador na sua essência e se adapta à realidade do nosso tempo. Podemos dizer que uma *cooptech* junta o melhor do mundo da inovação com um modelo de negócio justo, com foco nas pessoas, gestão democrática e impacto social”, afirma o gerente do Núcleo de Inteligência e Inovação do Sistema OCB, Guilherme Costa.

Do ponto de vista formal, o Marco Legal das Startups — lei que regulamenta o setor no Brasil — inclui as cooperativas entre os tipos de sociedades jurídicas habilitadas a serem consideradas *startups*, junto com as empresas tradicionais. Em vigor desde 2021, a lei diz que as *startups* devem ter faturamento máximo de R\$16 milhões de reais por ano e até 10 anos de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

A inclusão das sociedades cooperativas na regulamentação foi uma conquista política e institucional do Sistema OCB, e abriu portas para novas possibilidades de atuação do cooperativismo no Brasil, sem abrir mão de suas características legais.





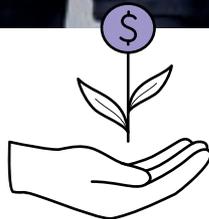
Foto arquivo pessoal



Podemos dizer que uma *cooptech* junta o melhor do mundo da inovação com um modelo de negócio justo, com foco nas pessoas, gestão democrática e impacto social.”

Guilherme Costa

Gerente do Núcleo de Inteligência e Inovação do Sistema OCB



STARTUPS COOPERATIVAS EM AÇÃO

Em comum com as *startups* tradicionais, as *cooptechs* têm a atuação preponderantemente digital e o desenvolvimento de soluções inovadoras. Mas com uma diferença fundamental: por serem cooperativas elas sempre pertencem aos cooperados e são administradas por eles de forma democrática e sem intervenção externa.

Já nas *startups*, o caminho mais comum é que, quando uma inovação proposta por elas dá certo, o negócio ganha investidores e elas acabam absorvidas por outros grupos ou transformadas em grandes empresas. Um exemplo são as primeiras *fintechs*, que surgiram com a oferta de produtos específicos, como cartões digitais, e hoje atuam como os grandes bancos.

“Nas *cooptechs*, o modelo de negócio é 100% cooperativista, ou seja, criado a partir da união de pessoas com um objetivo econômico em comum e com foco muito além do lucro, no bem-estar dos cooperados e da comunidade”, esclarece o gestor de inovação do Sistema OCB.

Apesar de serem uma inovação dentro da inovação, as *cooptechs* já são uma realidade no ecossistema cooperativista e há muitos cases de jovens cooperativas com foco em tecnologia espalhados pelo mundo.

Há *startups* cooperativas atuando no desenvolvimento de aplicativos de realidade aumentada e virtual, como a *Animorph*, da Inglaterra; na criação de *softwares* com foco na sustentabilidade, como a francesa *Fairness*; e em serviços digitais com impacto social, como a italiana *Gnucoop*, que trabalha com desenvolvimento de código aberto e coleta de dados para atender a organizações não governamentais e empresas sem fins lucrativos.

EXEMPLOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

No Reino Unido, uma rede de 41 *startups* cooperativas quer transformar o setor de serviços tecnológicos e digitais em um ambiente mais focado nas necessidades dos trabalhadores, dos clientes e dos usuários finais dos produtos, em vez de na geração de lucro.

Criada em 2016, a CoTech reúne mais de 200 cooperados na rede, já movimentou cerca de 14 milhões de dólares e tem mais de 400 clientes em seu portfólio. "Não apenas os conglomerados multinacionais ou as *startups* financiadas por capital privado podem ser grandes empresas tecnológicas. A tecnologia é a força vital do futuro de todos nós. Como cooperativistas, pretendemos garantir que a tecnologia desempenhe o seu papel na criação de um mundo mais justo", afirmam os cooperados da CoTech no manifesto de criação da rede.

No Brasil, um exemplo de startup cooperativa é a LibreCode, uma cooperativa digital de desenvolvimento de *software* livre. Sempre com base em projetos de licença livre, construídos colaborativamente, a LibreCode oferece soluções digitais como gestão de documentos em nuvem, e ferramentas para assembleias *on-line*. A principal inovação da LibreCode é o LibreSign, primeiro programa de assinatura digital de código aberto.

“A tecnologia é a força vital do futuro de todos nós. Como cooperativistas, pretendemos garantir que a tecnologia desempenhe o seu papel na criação de um mundo mais justo.”

Cooperados da CoTech no manifesto de criação da rede

Exemplo nacional: a LibreCode é uma cooperativa carioca de desenvolvimento de software livre.



COOPS DE PLATAFORMA

Outra frente de atuação inovadora e tecnológica do cooperativismo, com centenas de exemplos pelo mundo, são as cooperativas de plataforma, que também podem ser consideradas *startups* cooperativas. Elas são a versão cooperativista das plataformas de serviços digitais que revolucionaram a forma de consumir nos últimos anos, como os aplicativos de motoristas, de entregas e de hospedagem.

O modelo das plataformas nasceu inovador, mas deixou de lado uma questão fundamental: as condições de trabalho e direitos dos prestadores de serviços, o que já desencadeou reações e mudanças na lei em várias partes do mundo. Nas plataformas cooperativas, a gestão coletiva e democrática garante que essas distorções sejam corrigidas e as pessoas sejam valorizadas.

O resultado são *apps* em que os trabalhadores são ao mesmo tempo prestadores de serviços e donos do negócio, como plataformas de mobilidade controladas pelos próprios motoristas, serviços de *streaming* de música com remuneração justa para os artistas; e aplicativos de entregas em que as regras são definidas pelos entregadores, não por algoritmos.

“O cooperativismo de plataforma é um exemplo claro de como o nosso modelo de negócio pode agregar impacto social à tecnologia. Para fazer sentido, uma inovação precisa melhorar a vida das pessoas, não apenas gerar lucro. E o cooperativismo sempre aposta na inovação com propósito”, afirma Guilherme Costa.



O cooperativismo de plataforma é um exemplo claro de como o nosso modelo de negócio pode agregar impacto social à tecnologia. Para fazer sentido, uma inovação precisa melhorar a vida das pessoas, não apenas gerar lucro. E o cooperativismo sempre aposta na inovação com propósito.”

Guilherme Costa

Gerente do Núcleo de Inteligência e Inovação do Sistema OCB



Conexão para inovar

Antes do surgimento das primeiras *cooptechs*, o cooperativismo sempre interagiu de perto com o mundo das *startups*, em conexões que aproveitam o melhor dos dois modelos e ajudam a construir um ecossistema de inovação cooperativista.

Dentro do conceito de inovação aberta, em que atores externos a uma organização participam do processo de inovar, grandes cooperativas brasileiras têm se juntado a *startups* para desenvolver soluções que ajudem a aumentar a competitividade do coop, seja com novos produtos, serviços ou processos.

Além do desenvolvimento de produtos e serviços inovadores, a conexão entre cooperativas e *startups* torna o ambiente de negócios mais dinâmico, ágil e criativo, em uma mistura de gerações e compartilhamento de experiências com benefícios mútuos.

O Sistema OCB aposta nessa integração e, por meio do programa Conexão com Startups, junta cooperativas e empresas de base tecnológica para resolver demandas do dia a dia com respostas inovadoras. Veja alguns exemplos:

Uniodonto + Magma Digital

A cooperativa de saúde precisava de uma agenda eletrônica unificada e informações em tempo real para melhor atender a seus pacientes. A *startup* Magma Digital desenvolveu um sistema *web* e *mobile* para reduzir as dificuldades no agendamento de consultas e exames. O resultado da conexão foi um programa com boa navegabilidade para o acompanhamento em tempo real do *status* da solicitação de consultas, da disponibilidade de profissionais e horários para o agendamento dos atendimentos e exames médicos dos pacientes da coop.

Cemil + UpTech

A cooperativa mineira de lácteos buscava uma solução tecnológica para garantir mais assertividade na previsão de preços do leite UHT no mercado. A constante oscilação de preço do produto tornava complexa a definição do valor de venda, informação fundamental para negociar no varejo. A partir de levantamento, estruturação e filtragem dos dados, a *startup* UPTEch criou um modelo matemático e métodos de inteligência artificial para auxiliar a coop em uma solução que também passa pela construção de modelos de relatórios e validações. A inovação garantiu 95% de assertividade e precisão dos preços do leite UHT para a coop mineira.

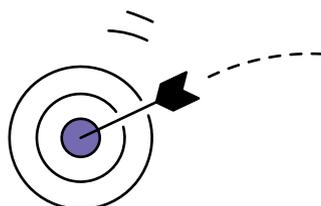




Foto divulgação

CONSUMIDOR CONSCIENTE COMPRA DE COOPERATIVAS



Maior cooperativa de consumo do país, a COOP oferece produtos cooperativistas para um público mais consciente

ESTUDOS APONTAM QUE AS NOVAS GERAÇÕES PREFEREM SE RELACIONAR COM MARCAS QUE TENHAM PROPÓSITO CLARO, COMPROMISSO COM AS PESSOAS E RESPONSABILIDADE COM O MEIO AMBIENTE

Por Gabriela Afonso

O que o novo consumidor leva em conta na hora de fazer uma compra? E você? Na hora de escolher um produto ou serviço, o que avalia além da qualidade e do preço? Estudos indicam que o novo consumidor quer fazer a diferença no mundo. Justamente por isso, ele está olhando com carinho para marcas que têm um verdadeiro compromisso com as pessoas e com a sustentabilidade.

Para eles, mais do que preço, é importante saber a origem do produto, o material utilizado na produção, se a empresa tem ações voltadas para a diversidade e a inclusão e também se a empresa impacta positivamente a comunidade onde atua.

Pensando em te ajudar a entender melhor o perfil do consumidor do futuro, explicamos as 6 principais tendências de consumo para os próximos anos. Segue o fio!

1. Confiança é prioridade para o novo consumidor

Essa é uma das tendências apontadas por especialistas no assunto. A gente já sabe que o consumidor moderno valoriza o fator “confiança”, e esse processo deve ganhar ainda mais força. Para se ter ideia, em 2023, 52% dos consumidores compraram apenas de empresas e marcas em que confiavam plenamente. Essa informação é do *Top Global Consumer Trends 2024*, um relatório da Euromonitor.

Para o novo consumidor, uma conexão realmente verdadeira e duradoura só se estabelece a partir da confiança. E para chegar a esse ponto, ele tem que ver valor no que a marca fala e faz, diferenciais e coerência são fundamentais. Aqui vale um destaque: nesse quesito, as coops têm uma vantagem. Para elas, confiança é um ativo no mercado. Elas são referência nesse assunto e estão totalmente alinhadas com as buscas do novo consumidor. Uma oportunidade e tanto para conhecê-las e colocá-las na sua lista de marcas favoritas, fica a dica.

Diferenciais coop – Além da qualidade dos seus produtos e serviços, as cooperativas trazem diferenciais de um modelo de negócios que tem, naturalmente, um olhar para questões importantes, como: sustentabilidade, diversidade, inclusão, transparência e atendimento ao cliente. Existe, portanto, um mercado potencial para as coops e, ao mesmo tempo, oportunidades interessantes para os consumidores.

2. Tecnologia para facilitar, mas sem perder o contato humano

Que o mundo está cada vez mais conectado, isso é fato. E o reflexo dos avanços tecnológicos podem ser vistos também na jornada do cliente, desde o processo de pesquisa até o momento da compra. Certamente você já utilizou algum tipo de recurso dessa natureza para te ajudar. E a ideia é essa mesmo, mas em um processo de mão dupla, que seja interessante para os consumidores e as marcas ao mesmo tempo. Assim fica bom para todo mundo: usar a tecnologia, inclusive ferramentas da Inteligência Artificial (IA), mas sem perder a conexão humana. Um atendimento próximo e personalizado faz toda a diferença, e nas coops isso é prioridade.

As pesquisas confirmam exatamente esse movimento. De acordo com o relatório *Top Global Consumer Trends 2024*, mais de 40% dos consumidores se sentiriam confortáveis em receber uma recomendação feita por assistentes de voz. Mas, ao mesmo tempo, não sentiriam o mesmo no caso de respostas a perguntas mais complexas via *chatbot*. Agora um alerta: é preciso cuidar da segurança no uso de dados, seguindo a legislação sobre o tema, a LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.



Foto divulgação

3. Consumidores querem fazer a diferença

Saber que você ajudou a preservar o meio ambiente e a trazer impactos positivos para a sociedade traz um sentimento de satisfação, não é? De acordo com o estudo da Euromonitor, mais de 60% dos consumidores se esforçaram para isso em 2023 na hora de comprar algo novo, e a tendência é de que esse movimento cresça ainda mais este ano. (*Top Global Consumer Trends 2024*)

O consumidor quer mesmo é fazer a diferença no mundo. Tanto é que o relatório indica que esse olhar direcionado para a sustentabilidade pode ser visto de diferentes maneiras, como na escolha por uma energia limpa. De acordo com a *Forbes*, "as energias renováveis estão prestes a ultrapassar um terço da geração global de energia em 2024. Essa conquista histórica, impulsionada pelo crescimento sem precedentes de energia solar e eólica, marca um ponto de virada na luta contra as mudanças climáticas".



Reutilizar para não gerar mais impactos

Se o objetivo é impactar positivamente, evitar o descarte incorreto de produtos na natureza, mais do que nunca, terá a atenção dos consumidores. Portanto, atitudes que fomentem a economia circular continuarão na lista de prioridades. Reutilizar, reciclar e fazer reparos no lugar de comprar novos produtos. Essa é a proposta. Ponto positivo para a prática da logística reserva e do reaproveitamento de materiais. E nesse campo também têm destaque para o cooperativismo.

As coops de reciclagem fazem um trabalho importante nesse sentido, elas são um pilar fundamental para a coleta e o reaproveitamento dos resíduos sólidos que retornam ao ciclo produtivo.

4. Histórias que conectam

Quem não gosta de ouvir boas histórias e de recordar boas memórias? Essa tradição, que muitos herdaram dos avós, pode render ótimas conversas e, também, novas conexões entre os consumidores e as marcas. De tradição, passou a ser uma técnica usada de diferentes maneiras e em vários segmentos, e a perspectiva é de que ela seja cada vez mais utilizada. Nós estamos falando do *storytelling*.

Segundo o relatório *Ipsos Flair Brasil 2024*, os consumidores estão mais abertos e querem construir um relacionamento mais forte e emocional com as marcas. Por isso, eles querem se conectar com as histórias dessas instituições, preferencialmente contadas por influenciadores digitais. Por isso, é fundamental identificar pessoas que realmente tenham conexão com os valores da empresa ou, no nosso caso, da cooperativa. Os jovens da Geração Z, por exemplo, sempre buscam por dicas dessa maneira. E utilizar os canais digitais também pode ser uma boa, com destaque para as mídias sociais.



5. Visão otimista sobre o futuro, mas com cautela no presente

Como está o seu sentimento em relação ao futuro? Sabia que um estudo da McKinsey, empresa especializada em projeção de cenários, revelou que o consumidor brasileiro está mais otimista e confiante quanto ao futuro? E mais, esse sentimento positivo pode influenciar também nas suas decisões de compra.

Mas calma, quando se fala em presente, ou seja, no agora, o sentimento já é mais de cautela. Sabe por quê? O consumidor quer gastar menos, economizar e, ao mesmo tempo, fazer boas compras. Um movimento que já vem de antes, e a perspectiva é de que se estenda para os próximos meses. Quando o estudo foi realizado, nove em cada dez brasileiros já estavam buscando formas de reduzir os gastos em diferentes categorias.

E as negociações no momento das compras também estarão em alta. O objetivo é fechar bons negócios, segundo relatório da Euromonitor. Afinal, quem não quer diminuir os custos e, ainda, ficar feliz com uma boa compra, não é mesmo? O levantamento mostra que o consumidor — que ele chama neste caso de “*hacker de valor*” — estará mais seletivo. Um percentual de 44% planeja economizar mais dinheiro em 2025. Então já viu: o caminho vai ser ajustar a mentalidade financeira e o orçamento às necessidades e aos desejos. Se vai ser uma tarefa fácil, só o tempo vai dizer, mas, com esses indicativos, já dá para ficar, no mínimo, mais reflexivo.

6. Escolhas mais conscientes e sustentáveis

A gente comentou há pouco que o consumidor vai cuidar do orçamento em 2024 e nos próximos anos, mas também vai ficar de olho em outras frentes que ele considera relevantes. Pois é, as tendências mostram que fazer escolhas mais conscientes, como o consumo sustentável e a preferência por produtos locais, também estará em destaque. Olha só outro fator positivo para quem é consumidor e, também, para as coops.

Para você, a valorização da produção e do comércio local continuam sendo fatores de peso na hora de comprar? E a sustentabilidade? Esses são pontos que também aparecem fortes nos estudos sobre tendências. As pautas que fazem parte da Agenda ESG (Ambiental, Social e Governança – tradução da sigla em inglês) são um exemplo, segundo o relatório *Ipsos Flair Brasil 2024*.

Os consumidores querem que as organizações avancem na agenda sustentável e compartilhem o que estão fazendo, de forma transparente e com seriedade. Sabia que as coops contribuem de forma direta para o crescimento das comunidades onde estão presentes, além de somar para o desenvolvimento de todo o país? As cooperativas já trazem na sua essência um olhar atento para essas questões e querem adotar cada vez mais práticas sustentáveis e responsáveis em seus processos de produção, de gestão e de governança.



5 INOVAÇÕES DO COOP

Uma inovação é um jeito novo de fazer alguma coisa, com melhores resultados, ganho de competitividade e geração de valor. E o cooperativismo vem entregando muita inovação para a sociedade, sendo — ele próprio — um modelo de negócios inovador, que gera trabalho e renda para os cooperados e ainda melhora a vida de toda a comunidade. Isso porque o coop faz inovação com propósito. Tem coisas que você nem sabe, mas são inovações do cooperativismo. Quer descobrir? Veja abaixo!

1 CLUBE DE COMPRAS COLETIVAS

Toda vez que você compra algo em grupo e consegue um desconto por isso, saiba: ali tem DNA cooperativista.



2 RELAÇÕES TRABALHISTAS MAIS JUSTAS NO AMBIENTE DIGITAL

Isso é possível por meio das cooperativas de plataforma, em que os trabalhadores são ao mesmo tempo prestadores de serviços e donos do negócio.



3 COMPARTILHAMENTO DE ENERGIA LIMPA

As cooperativas de geração compartilhada produzem energia limpa e renovável, como a solar, em usinas de propriedade coletiva e distribuem a eletricidade entre os cooperados.

3



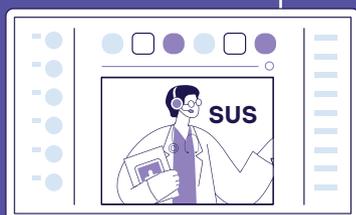
4 TECNOLOGIAS DO AGRO

O setor agropecuário é um grande polo de inovação no coop. Várias tecnologias desenvolvidas pelas coops brasileiras têm mudado a forma de produzir no campo, como o uso de dados para otimizar a colheita de grãos a partir de estimativas feitas por interpretação visual das lavouras.



5 TELECONSULTA COOPERATIVISTA SE TORNA REFERÊNCIA PARA O SUS

Durante a pandemia de Covid-19, a Unimed-BH, uma das maiores cooperativas de saúde do país, inovou ao oferecer a modalidade para seus clientes menos de 72 horas após a declaração da crise sanitária.



Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





JUNTOS SOMOS MAIS FORTES

"L eve é a tarefa quando muitos dividem o trabalho." A frase do poeta Homero pode servir para traduzir um dos princípios do nosso movimento: a intercooperação. Afinal, um trabalho em conjunto — quer seja pelo compartilhamento de estruturas, negócios ou base de dados — traz benefícios para seus membros e fortalece o movimento cooperativista.

Uma aliança consistente entre cooperativas deve ser feita de forma transparente e pode ser uma oportunidade para ganhos de escala e redução de custos em serviços de interesse comum. O intercâmbio de conhecimento e experiência também pode ser uma boa prática de intercooperação.

Para isso, pretendemos ampliar a conscientização para consumo dos produtos e serviços de cooperativas dentro do próprio sistema cooperativista, além de investir na formação e sensibilização de lideranças, cooperados e colaboradores para o tema. Outra iniciativa será o compartilhamento de boas práticas, incluindo casos de sucesso que mostrem as vantagens e os bons exemplos da intercooperação para o nosso sistema.

*Maiara Prestes e Everton Welxer
cooperados da Coprel, cooperativa de
energia do Rio Grande do Sul*

CERVEJA COM DNA COOPERATIVO

SEIS COOPERATIVAS
UNIRAM FORÇAS PARA
MONTAR UMA MALTARIA
QUE ATENDERÁ
AS PRINCIPAIS
CERVEJARIAS DO PAÍS

Por Luana Lourenço

Os produtos coop estão em várias prateleiras dos supermercados: pães, leite, queijos, grãos, frutas, verduras, vinhos. Mas e a cerveja? Será que a bebida mais consumida no Brasil também tem a marca do cooperativismo? Tem sim! Desde junho de 2024, a matéria-prima cooperativista está presente na maioria das cervejas produzidas no país.

Isso porque seis cooperativas paranaenses se juntaram em um grande projeto de intercooperação para construir a Maltaria Campos Gerais, uma fábrica para o processamento de grãos de cevada em malte, um dos principais ingredientes da cerveja.

Com investimento de R\$ 1,6 bilhão, o projeto conjunto das coops Agrária, Bom Jesus, Capal, Castrolanda, Coopagrícola e Frísia é a maior maltaria construída no mundo em uma única etapa. A planta industrial tem 80 mil metros quadrados e capacidade para produzir 240 mil toneladas de malte por ano, o que corresponde a 14% do mercado nacional.





O malte produzido pelas coops será o Pilsen, o mais consumido no Brasil. A produção vai atender a grandes cervejarias do país, incluindo Ambev e Heineken, dois dos principais players do mercado nacional. Além disso, a Maltaria Campos Gerais também irá fornecer matéria-prima para pequenos e médios cervejeiros e produtores artesanais.

O complexo industrial foi inaugurado em junho e já está produzindo malte cooperativista.

EXPERIÊNCIA COOP

O projeto é coordenado pela Cooperativa Agrária, que tem 40 anos de experiência na produção de malte. No projeto intercooperativo, todas as decisões foram tomadas em consenso, da escolha do local da fábrica à definição sobre o compartilhamento de resultados.

“Os Campos Gerais paranaenses — região onde estão localizadas cinco das seis cooperativas que compõem o projeto — têm características climáticas propícias para o desenvolvimento da nossa matéria-prima, a cevada, além de áreas disponíveis para o cultivo”, explica o especialista de Gestão Estratégica da Cooperativa Agrária, Elizeu Batista e Luz. “Para completar, os produtores cooperados já conhecem o manejo da cultura, em função de parcerias de longa data entre as cooperativas para fomento dessa produção”.

A maltaria cooperativista está situada às margens da Rodovia PR-151, entre as cidades de Ponta Grossa e Carambeí. A localização garante que os cooperados tenham fácil acesso para encaminhar sua produção de cevada e também favorece a distribuição do malte produzido no local para o mercado cervejeiro.

A cevada processada na nova maltaria virá de 13 mil produtores cooperados das seis cooperativas. Nos últimos anos, as cooperativas envolvidas no projeto investiram em pesquisa para melhorar o cultivo da cevada e ampliar a área plantada entre os cooperados, com potencial para chegar a 100 mil hectares. Além do benefício direto para os produtores, a maltaria cooperativista irá movimentar a economia regional com a geração de trabalho e renda.

“Hoje, na maltaria, contamos com cerca de 120 postos de trabalho diretos e mais 3 mil indiretos em toda a cadeia produtiva da cevada nas cooperativas e na região em decorrência da implantação dessa planta”, afirma o representante da Cooperativa Agrária.

Ainda de acordo com Batista e Luz, as cooperativas envolvidas no projeto acreditam que o empreendimento terá um impacto importante na economia local, não apenas pelos empregos e renda criados direta e indiretamente, mas também pelo incremento de renda aos produtores rurais e suas famílias na região.

Em agosto do ano passado, o ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, visitou as obras da Maltaria Campos Gerais e destacou o papel do cooperativismo para o fortalecimento do agronegócio na região e no país. “Um projeto como esse mostra

que o cooperativismo é o grande caminho para pequenos e médios produtores, e aqui no Paraná há exemplos de excelência dessa vocação cooperativista que podemos replicar pelo Brasil”, afirmou.

Mais de 13 mil cooperados fornecerão cevada para a maltaria intercooperativa, localizada no Paraná



“Hoje, na maltaria, contamos com cerca de 120 postos de trabalho diretos e mais 3 mil indiretos em toda a cadeia produtiva da cevada nas cooperativas e na região em decorrência da implantação dessa planta.”

Elizeu Batista e Luz

Especialista de Gestão Estratégica da Cooperativa Agrária



Foto divulgação

Compromisso com a sustentabilidade

O malte cooperativista será produzido de forma sustentável. Durante a construção da fábrica foram utilizadas técnicas de construção de menor impacto ambiental e 100% da energia para o industrial, tanto elétrica como térmica, virá de fontes renováveis.

“A planta foi concebida e estruturada utilizando o que há de mais moderno hoje em termos de indústria malteira, permitindo a utilização de mecanismos de indústria 4.0 e de manutenção 4.0, já que os equipamentos têm dispositivos e sensores de controle automatizados”, acrescenta Luz.

IMPACTO SOCIAL E RESULTADOS

**UNIDAS PELO BEM-ESTAR DA
COMUNIDADE, 15 COOPERATIVAS
DE PATOS DE MINAS FORTALECEM
NEGÓCIOS EM REDE BEM
SUCEDIDA DE INTERCOOPERAÇÃO**

Por Cristina Kos e Luana Lourenço

Que Minas Gerais é conhecido pela hospitalidade, o Brasil inteiro já sabe. Mas, desde 2020, uma iniciativa de 15 cooperativas incorporou uma nova palavra ao vocabulário que define o estado: intercooperação.

Tudo começou durante a pandemia de covid-19, quando grandes cooperativas de Patos de Minas, na região do Triângulo Mineiro, decidiram se unir para ajudar a população a atravessar os dias de incerteza que atingiram o mundo inteiro. Ao perceberem que juntas teriam mais recursos e maior capacidade de dar suporte a quem precisava, criaram a RedeCoop Patos de Minas.

A primeira missão conjunta das cooperativas foi a doação de 4 mil testes rápidos de covid, itens essenciais na época para reduzir o risco de contaminação em um momento crítico de transmissão do vírus.

Além do apoio na área de saúde, a rede também se mobilizou para tentar amenizar a situação do comércio local, que teve que fechar as portas, deixando famílias inteiras sem renda de uma hora para outra.



Foto divulgação

“As cooperativas de crédito da rede criaram uma linha especial com correção monetária de 1,25% ao ano e com o primeiro pagamento com 18 meses de carência. Essa iniciativa visava não apenas oferecer suporte financeiro aos empresários, mas também fomentar a economia e o emprego”, lembra Ronaldo Siqueira Santos, presidente do Sicoob Credicopa e primeiro coordenador do projeto de intercooperação.

O resultado das ações conjuntas durante a pandemia deixou claro que a união em prol do desenvolvimento da região valia a pena, e a parceria se consolidou para muito além das ações de responsabilidade social. “Além do ganho social para a cidade e de ajudar a diminuir o sofrimento das pessoas, a Rede criou muitas oportunidades de geração de bons negócios dentro do cooperativismo, fortaleceu o nosso movimento em toda a região”, explica Vasco Praça, presidente da Cemil e atual coordenador da RedeCoop.

Integrantes da RedeCoop Patos de Minas. Iniciativa de intercooperação tornou-se referência para outras cooperativas do estado



MAIS NEGÓCIOS COOP

Com cooperativas agropecuárias, de saúde, crédito, transporte e trabalho (veja lista completa no box), a RedeCoop Patos de Minas colocou o princípio da intercooperação em prática no dia a dia e as integrantes do projeto começaram a fazer e fortalecer negócios entre si.

Cooperativas do grupo que antes só contratavam financiamento em bancos, hoje operam com as coops de crédito da rede, com linhas especiais e condições de pagamento e taxas diferenciadas. Já os planos de saúde e odontológicos dos empregados das cooperativas do projeto são fornecidos pelas duas coops do Ramo Saúde do grupo, entre outras estratégias bem-sucedidas de negócios.

“O projeto se superou, tornou-se uma referência e teve um alcance muito maior do que o inicialmente planejado. Hoje o cooperativismo tem um peso muito grande no PIB [Produto Interno Bruto] de Patos de Minas, e esse resultado está ligado a esse engajamento na intercooperação. São várias cooperativas que contribuem para isso de maneira muito relevante”, pondera Nidelson Falcão, diretor executivo da Fecoagro Leite Minas, outra cooperativa integrante da rede.

Juntas, as 15 cooperativas da RedeCoop Patos de Minas reúnem mais de 60 mil cooperados e geram 3,8 mil empregos diretos. Em patrimônio líquido, ultrapassaram a marca dos R\$ 1,3 bilhão em 2023 e geraram mais de R\$ 2,5 bilhões em receita bruta, segundo dados consolidados mais recentes.



Por meio da intercooperação, o sistema cooperativo brasileiro vai conseguir atingir mais facilmente nossa meta BRC 1Tri”.

Hugo Andrade

Coordenador de Ramos do Sistema OCB

FOCO NAS PESSOAS

Criada como ferramenta de responsabilidade social, a RedeCoop Patos Minas mantém seu compromisso com a comunidade em iniciativas diversificadas: participação conjunta no Dia de Cooperar, doação de alimentos e apoio financeiro a entidades assistenciais, campanhas de incentivo à doação de sangue e plantio de árvores, formação de jovens aprendizes, projetos para inserção de mulheres no mercado de trabalho, entre outras.

“O fortalecimento da rede promove a resiliência e a sustentabilidade das cooperativas, alinhando-se ao sétimo princípio cooperativista, que enfatiza a importância de fazer mais pela comunidade. Com isso, as cooperativas não apenas se destacam, mas também se tornam pilares de apoio para o crescimento e bem-estar da região de Patos de Minas”, afirma Ronaldo Siqueira Santos, presidente do Sicoob Credicopa.

CONFIANÇA

O caminho para todos esses resultados tem uma fórmula: confiança, estrutura democrática e participação ativa dos presidentes das cooperativas. A gestão da RedeCoop Patos de Minas é compartilhada, a presidência do grupo é rotativa, e todas as decisões de negócio passam por um conselho administrativo. Além de reuniões mensais com os presidentes e diretores executivos, as áreas técnicas de marketing e governança estão permanentemente engajadas nas ações conjuntas.

“Trocamos a palavra competição por cooperação. A essência da RedeCoop é o sentimento de irmandade, de um ajudar o outro, de uma cooperativa apoiar a outra, de crescer sem deixar ninguém para trás. E com isso nos tornamos referência para outras regiões do estado, que também estão criando suas redes”, destaca Vasco Praça.

O grupo de coops mineiras também aposta na atuação em conjunto para fazer bons negócios com fornecedores. Para isso, utilizam o Consórcio Central Grupo Cooperativo, uma central de compras de produtos e insumos que garante melhores preços e segurança nos contratos. Mais de 30 mil itens de cerca de três mil fornecedores já foram negociados pelo consórcio, de sementes e defensivos agrícolas à contratação de mão de obra.

Segundo o coordenador de Ramos do Sistema OCB, Hugo Andrade, exemplos como a RedeCoop Patos de Minas mostram que a intercooperação é um caminho viável e necessário para que as cooperativas brasileiras gerem mais resultados e possam fortalecer o cooperativismo como um todo.

“A intercooperação traz benefícios como redução de custos, ganhos de escala e possibilidade de criação de novos negócios para as cooperativas. Por meio da intercooperação, o sistema cooperativo brasileiro vai conseguir atingir mais facilmente nossa meta BRC 1Tri. Se as cooperativas começarem a fazer mais negócios entre elas, vamos movimentar mais recursos para alcançar esse desafio”, ressalta.

Cooperativas participantes da RedeCoop:

1. Consórcio Central Grupo Cooperativo (CCGC)
2. Cooperativa Central Mineira de Laticínios (Cemil)
3. Coopatos
4. Cooperativa dos Produtores de Algodão do Estado de Minas Gerais (Cooperpluma)
5. Fecoagro Leite Minas
6. Frigopatos
7. Cooperativa de Reciclagem de Alumínio (Cooperal)
8. Sicoob Credicopa
9. Sicoob Credipatos
10. Sicredi Integração Rota das Terras RS/MG
11. Suinco
12. Unicred Evolução
13. Unimed Patos de Minas
14. Uniodonto
15. Coopergerais

R\$ 1 trilhão de prosperidade

Em 2022, o presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas, lançou um desafio para o cooperativismo brasileiro: “Que tal trabalharmos para dar ao Brasil R\$ 1 trilhão de prosperidade?”.

O convite se transformou no Brasil Mais Cooperativo 1 trilhão de prosperidade, BRC 1Tri, meta de movimentar R\$ 1 trilhão com o trabalho das cooperativas brasileiras e agregar 30 milhões de cooperados até 2027.

A cada ano, como mostram os dados do AnuárioCoop, nos aproximamos desse objetivo com foco no desenvolvimento dos negócios cooperativistas e em melhorar a vida dos brasileiros.

Por que a intercooperação é importante?

A palavra-chave da intercooperação é a confiança. É ela que cria a amálgama necessária para o desenvolvimento dos negócios intercooperativos, tão essencial para fortalecer o modelo cooperativo.

Cada cooperativa é única e autossustentável, mas a união com outras cooperativas potencializa os resultados, multiplica o bem cooperativo e o impacto econômico e social em todos os segmentos em que atuam.



6

CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTAIS DA INTERCOOPERAÇÃO



1

Abertura e transparência – As coops que participam de estruturas de intercooperação respeitam e praticam a abertura e a transparência na relação entre elas

2

Responsabilidade – As estratégias de intercooperação devem ser avaliadas e aprovadas pelas assembleias das coops e os resultados devem ser publicados nos relatórios anuais

3

Representação – A tomada de decisão nos empreendimentos formados por meio da intercooperação deve ser equitativa e garantir a representação dos interesses dos cooperados de cada uma das coops

4

Flexibilidade – Trabalhar juntas demanda flexibilidade das coops e a compreensão de que nenhuma das partes pode se sobrepor às demais

5

Reciprocidade – As coops trabalham juntas para oferecer e receber ajuda mútua de outras coops, de acordo com as necessidades de cada uma ao longo do tempo

6

Respeito à identidade cooperativa – As iniciativas de intercooperação devem ser implementadas de acordo com os valores e princípios do cooperativismo

TIPOS DE INTERCOOPERAÇÃO

A intercooperação pode se dar de diversas maneiras, com diferentes níveis de formalidade e de comprometimento entre as cooperativas. De maneira geral, há dois tipos principais de intercooperação:



Vale ficar de olho: Um tipo mais novo de intercooperação é a chamada Intercoperação Digital, que congrega, em plataformas digitais, diferentes cooperativas ofertantes e demandantes de produtos e serviços cooperativos. Esse tipo de marketplace tem o potencial de reunir cooperativas de todos os ramos.



Horizontal:

Quando envolve a parceria entre cooperativas do mesmo ramo ou de ramos diferentes. Também é chamada de intercooperação intersetorial e pode ocorrer tanto entre cooperativas singulares como entre centrais e sistemas de dois ou mais ramos. Quer um exemplo? Uma cooperativa agropecuária faz parceria com uma cooperativa de transportes para escoar sua produção até os mercados consumidores.



Vertical:

Aqui, a intercooperação ocorre entre cooperativas de um mesmo ramo que se unem em torno de estruturas regionais e/ou nacionais, como centrais ou federações para aumentar a competitividade, reduzir custos e ganhar escala. Exemplos são cooperativas dos Ramos Crédito e Saúde organizadas em estruturas de três níveis, bem como federações (2º grau) de cooperativas agropecuárias e de infraestrutura.



5 VANTAGENS DA INTERCOOPERAÇÃO



Importante destacar: além dessas definições, a intercooperação pode dar origem a diferentes modelos de negócios para a atuação conjunta das cooperativas, como convênios, acordos comerciais, contratos de parcerias e até a constituição de novas empresas.



Ganho de escala



Redução de custos



Ampliação de negócios e acesso a novos mercados



Fortalecimento do cooperativismo



Inovação

Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





EM BUSCA DE RESULTADOS

As cooperativas desempenham papel importante na economia, sendo agentes impulsionadores do desenvolvimento socioeconômico nas comunidades em que estão inseridas. Quando cooperamos, geramos trabalho, renda, inovação e oportunidades para milhares de brasileiros.

No âmbito dos negócios, a atuação das cooperativas gera resultados que melhoram a vida dos cooperados, fortalecem a economia regional, aprimoram os processos produtivos e promovem a sustentabilidade.

Buscar o crescimento sustentável e potencializar resultados financeiros também devem ser preocupações de negócios perenes, saudáveis e voltados para os interesses dos cooperados.

No futuro, queremos fazer muito mais. E, para isso, pretendemos capacitar as cooperativas em métodos e análises de mercado e tendência para apoiar na tomada de decisão. Promover a diversificação de produtos e serviços oferecidos pelas coops para reduzir a dependência de um único item. Incentivar o espírito empreendedor e atuar para abertura de novos mercados internacionais também estão entre as diretrizes propostas para um futuro sustentável.

*Lucas e João Garcia,
cooperados da Cocamar,
em Maringá (PR)*



COOPERATIVAS SÃO DESTAQUE EM EXPORTAÇÕES: DESCUBRA EM QUAIS SETORES



NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS EXPORTOU DIRETAMENTE US\$ 8,3 BILHÕES EM 2023. ALTA DE 13% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR, COMPROVANDO A FORÇA DO COOP NO MERCADO INTERNACIONAL

Do Brasil para várias partes do mundo. Os produtos das cooperativas brasileiras estão atravessando fronteiras e marcando presença em diferentes continentes. Ásia, Europa e América do Norte aparecem entre os principais mercados consumidores dos produtos coop. E as cooperativas agro é que dominam a pauta exportadora do cooperativismo. A qualidade da marca coop está chegando em lugares como China, Alemanha, Estados Unidos, Países Baixos e Japão. Para mostrar a representatividade das exportações das cooperativas, fizemos um recorte das vendas registradas por coops que contam com o apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil): 96 no total.

Apenas no último ano (2023), esse grupo de cooperativas contabilizou US\$ 8,3 bilhões em exportações diretas, sem contar os valores registrados via comerciais exportadoras. São produtos vendidos *in natura* e, também, com maior valor agregado. Em segmentos específicos, por exemplo, as coops também tiveram uma participação significativa no total exportado pelo Brasil.

Nas vendas de suco de uva, por exemplo, o setor cooperativista respondeu por 52,1% das vendas nacionais. Nos miúdos suínos esse percentual é de 44,2%. Os números fazem parte da atualização do *Anuário do Cooperativismo Brasileiro (AnuárioCoop 2024)*.

“Cada vez mais, as cooperativas ganham eficiência no processo de produção com qualificação e investimento em inovação e práticas sustentáveis. Estes são, com certeza, fatores importantes, que têm contribuído para que os produtos cooperativistas cheguem a novos países. E o trabalho feito com a ApexBrasil nos ajuda na missão de abrir novos caminhos para o cooperativismo no mercado exterior”, comenta o presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas.

Confira, a seguir, um panorama das exportações cooperativistas, de acordo com o AnuárioCoop 2024:

Principais destinos dos produtos com a marca coop

	China US\$ 2,7 bilhões
	Japão US\$ 461,2 milhões
	Países Baixos US\$ 439,6 milhões
	Alemanha US\$ 377,2 milhões
	Estados Unidos US\$ 321,7 milhões

Top 5 produtos exportados pelas cooperativas (dez/2024)

	Carnes de aves US\$ 2,1 bilhões
	Soja triturada US\$ 1,5 bilhão
	Café não torrado US\$ 1,1 bilhão
	Óleo de soja US\$ 876 milhões
	Carne suína US\$ 852 milhões

Estados que lideram as exportações do coop

PARANÁ	48,5% US\$ 4,1 bilhões
SANTA CATARINA	19% US\$ 1,6 bilhão
MINAS GERAIS	12,5% US\$ 1 bilhão

QUALIFICAÇÃO DAS COOPERATIVAS PARA EXPORTAÇÃO

Uma das missões do Sistema OCB é apoiar as cooperativas na conquista de novos mercados, tanto dentro do Brasil quanto em outros países. Uma das maneiras de fazer isso acontecer é pelo relacionamento institucional e pela atuação conjunta com organizações públicas e privadas, no cenário nacional e internacional. Nesse sentido, destacamos a parceria estratégica com a ApexBrasil, que ganhou ainda mais força em 2020, com a assinatura de um Acordo de Cooperação Técnica. O termo foi renovado em 2023 para uma segunda edição, com vigência até 2025. Em destaque neste novo período: o fomento a iniciativas que promovam a igualdade de gênero ou que tenham foco em produtos da biodiversidade amazônica e do Cerrado.

No escopo do acordo está, ainda, o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX Coop) com foco no cooperativismo, uma capacitação desenvolvida pela agência, que passou a fazer parte das ações com as cooperativas em 2021.

Na prática, o PEIEX Coop prepara nossas cooperativas para a prospecção de negócios no mercado internacional. Os resultados mostram que investir em conhecimento, gestão e planejamento aumenta e muito a competitividade do coop. Somando a esse processo de capacitação, o Sistema OCB ainda viabiliza a participação de cooperativas exportadoras em missões e feiras internacionais, com a oportunidade de realização de rodadas de negócios, abrem novas portas para os produtos coop em outros países.



Assinatura do Acordo de Cooperação Técnica do Sistema OCB com a ApexBrasil

COMO FUNCIONA O PEIEX COOP?

A cada ciclo, a ApexBrasil oferta um número de vagas para qualificação das cooperativas, que podem procurar as organizações estaduais do Sistema OCB e manifestar o interesse em participar do programa. As ações de capacitação têm uma duração média de 4 meses. Mais de 50 cooperativas já foram beneficiadas diretamente pelo PEIEX Coop. A proposta, segundo a coordenadora de negócios do Sistema OCB, Pamella Lima, é estimular essas organizações a iniciarem o processo de exportação, preferencialmente de forma direta.

“A ideia é que elas estejam preparadas para exportar sem precisar da intermediação de *traders*, o que as coloca em uma posição mais vantajosa para obter lucros. O programa desenvolve conhecimentos internos nas cooperativas, capacitando-as a atuar de forma autônoma no comércio internacional”, destaca Pamella.

Mas o que pensam as cooperativas sobre o PEIEX Coop e seus resultados? Nós conversamos com o presidente do Conselho de Administração da Cooperativa dos Produtores de Orgânicos do Vale do Jaguaribe (Optar Orgânicos), José Arcino, uma coop cearense que participou do ciclo 2023 do programa. Depois de passar por todas as etapas de qualificação, a organização — fundada em 2019, em Russas, uma cidade localizada no interior do Ceará, — fechou um plano estratégico de exportação priorizando inicialmente a acerola, com destino ao mercado europeu, em especial Portugal.

“Nosso objetivo, agora, é agregar valor à produção”, comenta Arcino. “Podemos trabalhar, por exemplo, com suco ou concentrado de acerola. Isso aumenta a nossa pauta para exportação. A ideia é investirmos nisso para, depois, iniciar a comercialização internacional, começando por Portugal, conforme definimos no plano de negócios. Nossa intenção é começar a exportar, efetivamente, em 2025.”

Arcino destaca a importância do PEIEX Coop para a entrada da Optar Orgânicos no mercado internacional. "Tivemos apoio em todo o processo e conseguimos entender bem o que é preciso para começar a exportar, quais são as exigências de cada país e os fatores que temos de considerar na hora de buscar um novo mercado. Isso faz toda a diferença na hora de negociar", conclui. Conheça a seguir, o passo a passo do programa:

PASSO 1 ATENDIMENTO PERSONALIZADO

As cooperativas selecionadas recebem uma consultoria *on-line* individualizada, realmente personalizada, com a orientação de especialistas em comércio exterior. Esses profissionais acompanham as coops em todas as etapas do processo de exportação. A ideia é, por meio de entrevistas e diagnósticos, avaliar desafios e oportunidades, considerando os produtos de cada cooperativa e os mercados em potencial.

PASSO 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Feito isso, é hora de pensar em estratégias e ações operacionais, com tempo para realização de cada um delas e metas a serem atingidas. Passos importantes para começar, de fato, a exportar. Antes do plano de exportação, é iniciado um plano de trabalho, que inclui um diagnóstico com 28 tópicos de capacitação, momento em que a cooperativa seleciona um produto para exportação e define um mercado (exemplo: Alemanha).

PASSO 3 PROMOÇÃO INTERNACIONAL

Depois de tudo pronto, é hora de fazer contatos estratégicos com potenciais parceiros comerciais. Isso acontece na fase de promoção internacional. Pensando em expandir sua atuação para novos mercados, as cooperativas terão a oportunidade de participar de eventos internacionais, como feiras e missões, além de rodadas de negócios. E para apresentarem seus produtos e diferenciais, é importante que as coops tenham materiais de divulgação atualizados para diferentes idiomas, como inglês, espanhol e português.





RODADA DE NEGÓCIOS

A partir do Acordo de Cooperação firmado entre o Sistema OCB e a ApexBrasil, as cooperativas brasileiras também têm a oportunidade de participar de negociações com representantes comerciais de vários lugares do mundo. Desde 2020, já foram realizadas duas edições, no formato *on-line*, totalizando US\$ 3,9 milhões em negociações. Em 2024, uma rodada presencial foi realizada na sede da agência, em Brasília, nos dias 16 e 17 de maio. O Exporta Mais Brasil Cooperativas reuniu 30 coops e 10 compradores internacionais interessados na comercialização de alimentos e bebidas.

SERVIÇO

Se a sua cooperativa ainda não exporta ou quer potencializar as vendas no exterior, acesse o site **NegóciosCoop** e confira conteúdos especializados sobre inteligência de mercado, estratégias comerciais, e muito mais.



CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES DE NEGÓCIOS PARA A SUA COOPERATIVA

SISTEMA OCB
CONTA COM
UM PORTFÓLIO
COMPLETO DE
PROGRAMAS E
SERVIÇOS PARA
AJUDAR O COOP
A CONQUISTAR
NOVOS
MERCADOS



Por Luana Lourenço

Pesquisa recente realizada pelo Sistema OCB mostra que as cooperativas são cada vez mais conhecidas pelos brasileiros e que 88% consideram o coop um modelo de negócio atual, inovador ou moderno. Para transformar essa admiração e reconhecimento em resultados, a Casa do Cooperativismo aposta em estratégias de negócios para aumentar

o faturamento das cooperativas de forma organizada e sustentável e fazer com elas cheguem a cada vez mais cooperados e consumidores.

Com esse foco, desde o ano passado, o Sistema OCB criou uma área exclusiva de Soluções de Negócios, que trabalha de forma articulada com as organizações estaduais para apoiar as coops de todo o país a prospectar e fechar bons negócios.

“Trabalhamos há mais de cinco décadas para oferecer soluções que visam a sustentabilidade dos negócios das cooperativas brasileiras e, nos últimos anos, principalmente após os efeitos do impacto econômico pós-pandemia, temos percebido a necessidade de atuar cada vez mais próximos das nossas cooperativas nesse sentido”, explica a coordenadora de Soluções de Negócios do Sistema OCB, Pâmella de Lima.



A nova estrutura reúne as iniciativas de desenvolvimento mercadológico de cooperativas que já existiam e é responsável pela elaboração de novas soluções de negócios. O objetivo do novo time é claro: ajudar as cooperativas brasileiras a acessar oportunidades de novos mercados e clientes para vender mais e melhor, de maneira sustentável.

NEGÓCIOSCOOP

Uma das ferramentas para essa missão é o Programa NegóciosCoop, criado para apoiar pequenos e médios empreendimentos cooperativos, com soluções direcionadas de acordo com o tamanho e perfil das coops. Em 2023, a iniciativa começou a ser implementada de forma piloto com cooperativas agropecuárias de pequeno porte (especialmente da agricultura familiar e extrativistas) e de artesanato da Região Norte.

O programa começa com um diagnóstico presencial aplicado com o apoio de analistas da Organização Estadual do Sistema OCB e de uma consultoria técnica contratada, em que os cooperados realizam uma análise completa da situação do empreendimento em cinco aspectos: organização social, produção, gestão, agregação de valor e verticalização de cadeia e mercado. A partir dos resultados dessa avaliação, é traçado um plano de ação que indica consultorias, instrutorias e eventos de acesso a mercados focados em promover novos negócios e conexões profissionais.

“Todo o processo é acompanhado por técnicos das Organizações Estaduais do Sistema OCB, a fim de que a cooperativa tenha apoio do início ao fim do programa. O objetivo final é que a partir de um posicionamento organizado a cooperativa acesse novas oportunidades de negócio e conseqüentemente aumente o seu faturamento”, explica Pamella Lima.

Até setembro de 2024, o Programa NegóciosCoop atendeu 60 cooperativas pelo Brasil, inclusive algumas em plena Amazônia, acessíveis apenas por barco, em um total de 3.222 horas de consultorias realizadas.

“Os resultados têm sido significativos, temos observado ganhos como a compreensão e sentimento de dono do negócio pelos cooperados, conquista de novos clientes institucionais e privados, captação de recursos, entrada de novos cooperados, aumento de faturamento e entendimento claro do cooperativismo como um modelo de negócio”, lista a coordenadora.

Em 2024, o programa entrou na fase de escala e chegou a cooperativas de todos os estados do país. As equipes das organizações estaduais que irão atuar no programa já começaram a receber treinamento imersivo e terão suporte constante do time nacional do projeto. Além disso, as cooperativas de reciclagem serão as próximas a receber uma versão customizada do programa.



A Cooperativa de Agricultura Familiar de Serra Pelada (Cooasp), no Pará, foi uma das participantes do Programa NegóciosCoop Nacional

PRIMEIRA NOTA FISCAL

Uma das participantes da fase piloto do NegóciosCoop foi a Cooperativa de Agricultura Familiar de Serra Pelada (Cooasp), de Curionópolis, no sudeste do Pará. Após o programa, a cooperativa emitiu sua primeira nota fiscal e se prepara para comercializar parte de sua produção para a merenda escolar do município.

A Cooasp produz alface, coentro, cebolinha, couve e outras hortaliças há seis anos, mas vendia sua produção de maneira informal. A mudança de rota veio com a participação do programa, segundo o diretor presidente da cooperativa, Ramon Marques.

“Três meses após o NegóciosCoop, fizemos a primeira emissão de nota fiscal, assinamos contrato com uma grande empresa que fornece alimentos para refeitórios, nos estabelecemos no mercado local e estamos expandindo para o mercado regional”, conta.

Além do resultado imediato, Marques diz que a Cooasp ganhou autonomia e fortaleceu sua identidade cooperativista, se apresentando para os consumidores como

uma opção social e economicamente viável para gerar emprego e renda com a agricultura familiar em um município conhecido pela exploração garimpeira.

Parte da produção da cooperativa agora irá direto para a merenda escolar das escolas da região, depois que a coop venceu a chamada pública do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), uma iniciativa federal que destina recursos para alimentação escolar nos estados e municípios brasileiros. Segundo Marques, a cooperativa também se prepara para fornecer suas hortaliças para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que compra produtos da agricultura familiar.

Para atender à demanda, a Cooasp teve que triplicar a produção nas lavouras e, até o fim do ano, planeja saltar de 20 mil para 200 mil hortaliças por mês. “Em junho também vamos inaugurar uma agroindústria de polpa de frutas e fabricação de doces e geleias artesanais. Nossa meta até 2030 é ser a maior cooperativa de agricultura familiar da região Carajás e uma das cinco maiores do estado do Pará”, planeja o presidente da Cooasp.

Três meses depois do NegóciosCoop, fizemos a primeira emissão de nota fiscal, assinamos contrato com uma grande empresa que fornece alimentos para refeitórios, nos estabelecemos no mercado local e estamos expandindo para o mercado regional.”

Ramon Marques

Diretor-presidente da cooperativa

NOVOS MERCADOS PARA O COOP BRASILEIRO

Além do Programa NegóciosCoop, o Sistema OCB tem estratégias de negócios para cooperativas de outros ramos e tamanhos, seja no mercado brasileiro ou internacional.

“Temos iniciativas para apoiar a inserção em mercados, ampliar e diversificar as vendas dos produtos por meio de participação em compras públicas, feiras, rodadas de negócios e missões internacionais”, lista Pamella Lima.

Em 2023, o Sistema OCB apoiou a participação de 20 cooperativas de artesanato e agricultura familiar em duas importantes feiras do país: a 5ª Feira Nacional de Artesanato e Cultura (Fenacce), em Fortaleza; e a 30ª Agrinordeste, em Olinda.

As coops expuseram seus produtos em um estande institucional do Sistema OCB, chamado de Loja Cooperativa, uma estratégia para atrair a atenção do público para os produtos do cooperativismo. Na 5ª Fenacce, as coops assinaram 40 contratos nacionais e 24 internacionais, com previsão de vendas de R\$ 130 mil.

Em 2024, cerca de 40 cooperativas brasileiras dos segmentos de agricultura familiar e artesanato participaram de quatro feiras de negócios de grande relevância no cenário nacional. O Sistema OCB participou dos eventos com um estande chamado “Cooperativas do Brasil”, em que as coops puderam comercializar seus produtos, conquistar novos clientes e ampliar sua rede de contatos.

ABRINDO MERCADOS

Outra solução de negócios tem aproximado as cooperativas do maior comprador do Brasil: o Poder Público. De forma *on-line* e gratuita, o serviço Cooperativas nas Compras Públicas monitora as oportunidades de compras governamentais, sejam municipais, estaduais ou federais, e alerta as cooperativas cadastradas de forma personalizada sobre editais e licitações lançados pelo governo. Em 2023, a plataforma registrou 235 cooperativas cadastradas e monitorou mais de 35 mil editais de interesse das coops.

Em outra frente de negócios, a Casa do Cooperativismo aposta na intercooperação para gerar mais resultados. É o Coop Compra de Coop, uma iniciativa realizada durante a Semana de Competitividade de 2023 que ajudou coops dos Ramos Agropecuário, Transporte, Trabalho e Produção de Bens e Serviços a fecharem negócios com cooperativas de todo o país durante o evento.

As cooperativas vendedoras receberam o apoio do Sistema OCB para gravar pequenos vídeos sobre seus produtos, que foram transmitidos no fim de cada palestra. Uma área do evento também foi reservada para que as coops pudessem receber clientes, negociar vendas e prospectar contratos futuros.

No mercado internacional, o foco da área de negócios é abrir fronteiras para que os produtos coop brasileiros ganhem mercado mundo afora. Esse trabalho é feito em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), por meio do Programa de Qualificação para Exportação do Cooperativismo (PEIEX Coop), que tem foco na sensibilização e capacitação individualizada de cooperativas para aumentar sua competitividade exportadora. (saiba mais sobre o programa na página 102)

Além da promoção das exportações, outra porta de entrada para os produtos coop no exterior é a participação em rodadas de negócios e missões internacionais. “As missões possibilitam o fortalecimento de laços e parcerias estratégicas que ajudam as cooperativas a ingressarem nesses mercados. Já os eventos internacionais de vendas funcionam como vitrines para que as cooperativas apresentem seus produtos em escala global, criando oportunidades de contato e negócios”, explica a coordenadora.



COOPERATIVAS SÃO PRINCIPAIS OPERADORAS DE LOGÍSTICA REVERSA NO PAÍS



As cooperativas são destaque na recuperação e reciclagem de resíduos sólidos em 1.700 municípios brasileiros

NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS GERA TRABALHO, RENDA E DIGNIDADE PARA CENTENAS DE CATADORES QUE TRABALHAM NA COLETA, SEPARAÇÃO E DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Por Luana Lourenço

Quando um produto é descartado após o uso, isso não significa que seu ciclo produtivo terminou. É possível devolver à indústria parte dos resíduos para que sejam reaproveitados, reduzindo o desperdício, a produção de lixo, e a necessidade de novas matérias-primas. Essa reinserção produtiva tem um nome: logística reversa, um conjunto de processos que envolve coleta, transporte e destinação adequada de resíduos para que eles possam fechar o ciclo da economia circular.

No Brasil, a logística reversa é regulamentada pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que parte do princípio de que a responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos é compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, consumidores e serviços públicos de limpeza urbana e de manuseio dos resíduos sólidos.

De acordo com a lei, a logística reversa é um dos instrumentos para colocar em prática esse conceito e garantir que os produtos retor-

nem ao ciclo produtivo ou tenham destinação ambiental adequada após seu descarte.

A participação das cooperativas nos processos de logística reversa está prevista na PNRS, na qual elas são citadas como parceiras da indústria para fazer com que produtos usados, embalagens e resíduos possam ser corretamente reaproveitados.

Protagonistas da reciclagem no Brasil, as cooperativas atuam na coleta, separação e destinação de resíduos sólidos, com geração de trabalho, renda e inclusão para cooperados em todo o país.

De acordo com os dados do Anuário da Reciclagem 2023, há 2.941 organizações de catadores (agentes ambientais) em todo o território nacional, entre cooperativas e associações, em um total de 86,8 mil trabalhadores. Juntos, eles foram responsáveis pela recuperação de 1,7 milhão de toneladas de resíduos no ano passado em 1.700 municípios.

“As cooperativas de reciclagem são as principais operadoras de programas de logística reversa para empresas como Coca-Cola, Heineken, Havaianas, Nestlé e Braskem. São fundamentais para o cumprimento de dispositivos previstos na Política Nacional de Resíduos Sólidos e para garantir sustentabilidade econômica, ambiental e social nesses processos, afirma o coordenador de Meio Ambiente do Sistema OCB, Alex Macedo.

RECICLAR PELO BRASIL

Quando a Política Nacional de Resíduos Sólidos entrou em vigor, ela determinava que as empresas precisavam comprovar o processo de reciclagem de pelo menos 22% de toda a massa de embalagens produzidas por elas. Atualmente, a exigência é de 30%. Para cumprir esse percentual, o setor produtivo criou programas de logística reversa que têm as cooperativas como principais executoras, com resultados bem acima do exigido pela legislação.

A Central de Cooperativas de Trabalho de Materiais Recicláveis do Distrito Federal (Centcoop-DF), que reúne 1,1 mil catadores de materiais recicláveis associados a 22 cooperativas, integra alguns desses programas.

Um deles é o Reciclar Pelo Brasil, considerada a maior plataforma de logística reversa inclusiva do país. Gerenciado pela Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (Ancat), o programa atua com assessoramento técnico e investimentos diretos nas cooperativas participantes para garantir a qualificação da atividade de reciclagem e o desenvolvimento econômico dos cooperados.

Por meio da plataforma, as cooperativas prestam serviços de logística reversa para empresas como Coca-Cola Brasil, Ambev, AB Brasil, Ajinomoto, Arcor, DPA Brasil, Danone, Dr. Oetker, Nestlé, Pepsico, RD Raia Drogasil, Tetrapak, Vigor, BRF e Novelis.

Em 2023, o Reciclar Pelo Brasil mobilizou 7,8 mil catadores em 26 estados do país, gerando um volume de 102 mil toneladas de materiais recicláveis.

Foto divulgação



Agentes ambientais da cooperativa Recycle a Vida, do Distrito Federal



As cooperativas de reciclagem são as principais operadoras de programas de logística reversa para empresas como Coca-Cola, Heineken, Havaianas, Nestlé e Braskem."

Alex Macedo

Coordenador de Meio Ambiente do Sistema OCB

MÃOS PRO FUTURO

Outra iniciativa de impacto nacional diretamente ligada ao trabalho das cooperativas de reciclagem é o Mãos Pro Futuro — programa conjunto de logística reversa da Associação da Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos; Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (ABIPLA) e Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias (ABIMAPI). Criado em 2006, ele conecta 204 empresas a 182 cooperativas. Em 17 anos, mais de 1 milhão de toneladas de materiais recicláveis foram recuperados por meio da logística reversa do projeto.

Em outro programa, o Recupera, as cooperativas atuam na logística reversa de embalagens e produtos para 45 grandes empresas, de diversos setores, como 3M, Alparagatas, Seara, Johnson, Heineken, Aché, entre outras. O Recupera atua em todas as regiões do país, com mais de 250 cooperativas e associações de catadores, num total de 5 mil trabalhadores. Desde 2020, mais de 350 mil toneladas de resíduos foram recuperadas no programa.

Para a presidente da Centcoop, Aline Souza, a atuação em rede das cooperativas junto a iniciativas empresariais com essas é fundamental para gerar trabalho para os cooperados e garantir que a lei seja cumprida com benefícios sociais e ambientais.

“A logística reversa só existe por causa dos catadores. Há um trabalho árduo feito lá na ponta pelos nossos companheiros, que é fazer com que a embalagem, de fato, siga seu destino de volta para a indústria. Fazer com que o percentual de reciclagem seja atingido pelos fabricantes. E esse trabalho precisa ser valorizado. Para que tudo isso dê certo, o protagonista é o catador”, afirma.

Referência entre as cooperativas do setor na América Latina, a Centcoop recicla cerca de 12 mil toneladas de resíduos por ano.

LOGÍSTICA REVERSA NO AGRO

Além das cooperativas de reciclagem, outros setores do cooperativismo também têm apostado na logística reversa como estratégia para tornar o negócio mais sustentável, como as coops agropecuárias.

“A Cooxupé, de Minas Gerais, fez uma parceria com cooperativas de reciclagem para doar todo o resíduo gerado pela cooperativa na produção de café. Já a Aurora Vinícola faz um trabalho com compra de créditos de reciclagem como forma de estruturar a logística reversa das embalagens de vidro”, cita o coordenador de Meio Ambiente do Sistema OCB, Alex Macedo.

No interior de São Paulo, a Coplacana, referência na produção de amendoim e cana-de-açúcar, é precursora da logística reversa de embalagens vazias e sobras de defensivos agrícolas com o Sistema Campo Limpo, criado em 1996, muito antes de o Brasil ter uma lei sobre o assunto.

Com a participação da indústria fabricante, distribuidores, trabalhadores rurais cooperados e o Poder Público, o sistema da cooperativa paulista recebe cerca de 400 toneladas de embalagens vazias por ano, possibilitando que os cooperados façam o descarte desses materiais de maneira correta. As embalagens de defensivos são descontaminadas, armazenadas e passam por um processo de redução de volume para facilitar o transporte até as recicladoras.



Foto divulgação



Aline Souza, presidente da Central de Cooperativas de Trabalho de Materiais Recicláveis do Distrito Federal (Centcoop-DF), que reúne 1,1 mil catadores de 22 cooperativas

Mais negócios para coop de reciclagem

Para fortalecer as cooperativas de reciclagem e ampliar sua participação no mercado, inclusive na área de logística reversa, o Sistema OCB criou um programa para apoiá-las na gestão e melhoria da eficiência operacional e financeira.

Na primeira etapa do Programa NegóciosCoop Reciclagem, 18 cooperativas do Distrito Federal, Goiás e Pará passarão por um diagnóstico para identificar as áreas de melhoria e orientar o desenvolvimento gerencial de cada uma.

Após o levantamento, as cooperativas receberão capacitação, consultorias e assessoria em temas como consciência contábil, comunicação e liderança, gestão da produção, relacionamento com fornecedores e clientes e tecnologia da informação.

Com a qualificação da gestão, as cooperativas de reciclagem poderão fechar novos negócios, gerando mais trabalho e renda para os cooperados.



O COOP TEM VOZ NO PODER

Para bem defender o cooperativismo, é preciso mais do que conhecer suas particularidades e resultados. É preciso compreender os impactos que as cooperativas trazem para a sociedade. E para levar as preocupações e aspirações do movimento para instâncias de poder, o cooperativismo tem no Sistema OCB o seu grande aliado. Nossa equipe de representação institucional atua — de forma estratégica e sistemática — na defesa dos interesses cooperativistas perante os Três Poderes. Uma atuação que vem sendo ampliada ano a ano, por meio de uma equipe de monitoramento das atividades políticas e de decisões jurídicas de interesse do movimento.

É essencial que o nosso movimento esteja atento aos temas em discussão nos espaços de formulação de políticas públicas e decisões políticas. Ao participar ativamente desses debates, o coop brasileiro pode identificar oportunidades para fortalecer e expandir seu modelo de negócio, além de influenciar a criação de iniciativas e propostas que promovam um ambiente favorável ao seu crescimento. Questões como sustentabilidade, inclusão social, competitividade e tributação justa são de extrema importância para as cooperativas, que devem estar engajadas em contribuir com a formulação de diretrizes que reflitam seus valores e objetivos.

O cooperativismo brasileiro está preparado para enfrentar desafios e explorar as oportunidades que surgem nos mais diversos mercados. Para isso, propomos ampliar a capacidade técnica das unidades nacional e estaduais do Sistema OCB além de fortalecer parcerias com universidades e centros de pesquisa. Estimular a inclusão do cooperativismo nos planos de governo e ampliar o relacionamento entre o sistema cooperativo e os Três Poderes também são propostas de diretrizes. Com representação sólida, engajamento contínuo e compromisso com seus princípios, as cooperativas estão prontas para construir um futuro cada vez mais coop: justo, inclusivo e próspero para todos.

REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL GARANTE VOZ E VISIBILIDADE AO **COOP BRASILEIRO**

SAIBA COMO O SISTEMA OCB ATUA PARA DEFENDER OS INTERESSES DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS E LEVAR INFORMAÇÕES SOBRE O PODER TRANSFORMADOR DO COOPERATIVISMO AOS PRINCIPAIS TOMADORES DE DECISÃO DO PAÍS E DO EXTERIOR



Foto divulgação

Por Luana Lourenço

Um em cada 10 brasileiros é coop. Com mais de 23 milhões de cooperados, nosso modelo de negócio está em todos os setores da economia e movimenta R\$692 bilhões por ano — uma cifra que gera trabalho, renda e prosperidade de Norte a Sul do país, com produtos e serviços justos e de qualidade.

Todos esses resultados são fruto do trabalho das 4.509 cooperativas brasileiras e precisam de um ambiente regulatório adequado para ganhar projeção e gerar todos os benefícios que o cooperativismo pode proporcionar. Para isso, é preciso informar e influenciar quem formula e decide as políticas públicas do nosso país. Incluem-se aí senadores, deputados, representantes do Poder Executivo, juizes, mandatários eleitos ou nomeados e formadores de opinião. E este é o principal desafio da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), entidade que representa e amplia a voz das cooperativas brasileiras, dentro e fora do Brasil.

“Nosso principal desafio, como entidade de representação oficial do cooperativismo no Brasil, é garantir que a elaboração de políticas públicas leve em conta o papel do cooperativismo para a sociedade brasileira, seja pela expressiva participação na economia, pela inovação, pelo impulso de pequenos negócios ou pela redução de vulnerabilidades sociais por meio da inclusão produtiva”, explica Tania Zanella, superintendente do Sistema OCB.

Na prática, o trabalho de representação institucional do Sistema OCB é realizado por uma equipe de 28 cientistas políticos, advogados e especialistas técnicos que atuam estrategicamente para defender os interesses das cooperativas brasileiras e levar informações sobre o poder transformador do coop aos principais tomadores de decisão do país e do exterior. É importante destacar que, além do time exclusivo de relações institucionais, outras equipes da OCB também apoiam diretamente esse trabalho.

“A representação política é uma das mais sofisticadas e importantes engrenagens do mundo moderno”, analisa Clara Maffia, gerente de relações institucionais do Sistema OCB. “Sem ela, a conquista de espaço, atenção e resultados se torna uma tarefa quase impossível. Ao mesmo tempo, a expansão do cooperativismo passa, necessariamente, pela definição de marcos regulatórios que sejam positivos para o movimento. É fundamental que a legislação em vigor incentive as práticas desse modelo de negócios, focado no coletivo, na justiça social e na sustentabilidade.”

Confira, a seguir, os dois pilares de atuação da representação institucional do Sistema OCB: a atuação política junto aos Três Poderes em todo o Brasil, seja na esfera municipal, estadual ou federal; e a defesa dos interesses do coop brasileiro em fóruns internacionais.





Foto arquivo Sistema OCB



Nosso principal desafio, como entidade de representação oficial do cooperativismo no Brasil, é garantir que a elaboração de políticas públicas leve em conta o papel do cooperativismo para a sociedade brasileira.”

Tania Zanella

Superintendente do Sistema OCB

1. REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NO BRASIL

Para atuar junto à pauta política com demandas do cooperativismo, evitar medidas que possam afetar negativamente as cooperativas e garantir a defesa de interesses do setor, a representação institucional das cooperativas é feita junto aos Três Poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário.

No dia a dia, essa articulação se dá no relacionamento com deputados e senadores no Congresso Nacional, em agendas com autoridades do primeiro e segundo escalões do governo e no acompanhamento de processos relacionados ao coop nos tribunais superiores.

“Oferecemos conteúdo, inteligência e outras formas de contribuição de forma unificada, garantindo assim, inclusive, maior escala para os nossos pleitos. Cuidamos para que as pautas necessárias para aprimorar nossas atividades sejam aprovadas e traba-

lhamos também para a rejeição daquelas que possam trazer algum tipo de prejuízo ao modelo de negócios cooperativo”, explica a superintendente do Sistema OCB, Tania Zanella.

Este ano, segundo dados do começo de dezembro, quase 5 mil propostas de lei foram monitoradas constantemente pela equipe do Sistema OCB, que acompanha cada passo da tramitação e atua para garantir que os projetos tenham resultados favoráveis ao cooperativismo.

No Judiciário, o time jurídico acompanha a movimentação de processos de interesse do coop nos Tribunais Superiores. O Sistema OCB tem 13 *amicus curiae* (expressão em latim que significa amigo da Corte) junto ao STF e STJ, responsáveis por apresentar subsídios para apoiar os tribunais em temas que impactam diretamente às cooperativas.

Além disso, são monitoradas, em média, 2.380 decisões por mês nos Tribunais Superiores.

APOIO QUALIFICADO

No Congresso, o trabalho de representação política das cooperativas brasileiras tem um aliado de peso: a Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), bancada suprapartidária formada por deputados e senadores que abraçaram a causa cooperativista.

Criada em 1986, na atual legislatura a Frente tem 325 parlamentares: 285 deputados e 40 senadores, mais da metade da bancada das duas Casas. O grupo atua de forma articulada e transparente com a equipe da OCB para garantir que o cooperativismo esteja na agenda do Parlamento na discussão de leis que impactam o setor, tanto nas comissões temáticas quanto nas votações em plenário.

Em 2024, uma das grandes conquistas do Sistema OCB e da Frencoop foi a inclusão e a aprovação de dispositivos que consideram a necessidade do adequado tratamento tributário ao ato cooperativo e permitem a criação de um regime específico de tributação para as cooperativas no texto da Reforma Tributária. Saiba mais acessando o QRCode ao lado.

INFORMAÇÃO É PODER

Além do trabalho de interlocução nos gabinetes e da articulação direta, o Sistema OCB também produz informações para dar subsídios à representação política por outros integrantes do cooperativismo. A principal ferramenta é a Agenda Institucional do Cooperativismo, plataforma que reúne as demandas das 4.509 cooperativas brasileiras e detalha as principais iniciativas em andamento que possam influenciar o segmento no Legislativo, Executivo e Judiciário.



Números da representação política em 2023

4,7 mil propostas de lei em monitoramento constante pela equipe do Sistema OCB

468 sessões deliberativas acompanhadas na Câmara e no Senado

269 reuniões com dirigentes do governo federal

18 reuniões com ministros de estados



Atuação no Judiciário

43 Ações Diretas de Inconstitucionalidade acompanhadas no STF

2,3 mil análises de decisões envolvendo cooperativas monitoradas no STJ (média mensal)

80 análises de decisões envolvendo cooperativas monitoradas no STF (média mensal)

Fique por dentro da **Reforma Tributária**



Com a plataforma, é possível acompanhar diariamente onde serão debatidos temas de interesse do cooperativismo, a tramitação de projetos de lei e medidas governamentais que impactam o setor e decisões judiciais com repercussão sobre o nosso modelo de negócio.

“Por ser um movimento tão diversificado, o cooperativismo possui pautas distintas dentro de cada um dos seus segmentos, com especificidades que precisam ser levadas em consideração pelos representantes dos Três Poderes nas suas tomadas de decisão. Por isso, o Sistema OCB aposta em diversos canais e ações para aumentar a representação do coop diante dos tomadores de decisões do país”, explica a gerente de Relações Institucionais, Clara Maffia.

Semanalmente, o informativo *Panorama do Coop* reúne os principais avanços da representação institucional, acompanhados de boletins de Análise Política, Tributária e Sindical. Já a publicação *Direito no Coop* traz um panorama da atuação no Judiciário, com um giro pelas principais decisões de tribunais superiores com impacto no coop, análises de processos e dicas processuais para a atuação das cooperativas em seus processos judiciais e demandas jurídicas.

Acesse a biblioteca do informativo **Direito no Coop**



2. REPRESENTAÇÃO INTERNACIONAL

Apresentar o cooperativismo brasileiro para o mundo, apoiar a internacionalização das operações comerciais das cooperativas e abrir novos mercados para os produtos coop também está entre as tarefas da representação institucional da OCB.

Para começar, o Brasil está muito bem representado na Aliança Cooperativa Internacional (ACI), a voz mundial do cooperativismo, que representa 3 milhões de cooperativas em todo o mundo, num total de 1 bilhão de cooperados. Desde 2022, o presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas, é um dos integrantes do Conselho de Administração da ACI, onde trabalha pelo fortalecimento global do modelo cooperativista. A ACI tem um escritório global, em Bruxelas, e quatro representações regionais: Europa, África, Américas e Ásia-Pacífico.

Além da cadeira na ACI, o Sistema OCB tem participação em 15 organismos internacionais, entre eles grupos multilaterais do cooperativismo, como a Reunião Especializada de Cooperativas do Mercosul (RECM) e a Organização das Cooperativas dos Países de Língua Portuguesa (OCPLP). A atuação em conjunto já resultou em missões de prospecção comercial, webinars e workshops para fortalecer o coop nos países integrantes.

Como porta-voz do coop brasileiro, o Sistema OCB também tem parceria de longa data com a Organização das Nações Unidas (ONU). Desde 2017, participamos de workshops internacionais sediados no Brasil e no exterior em parceria com o Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas (UN-DESA). Por meio desse trabalho, promovemos o intercâmbio de conhecimentos e boas práticas cooperativistas entre mais de 40 países.

PROTAGONISMO SUSTENTÁVEL

Uma das missões da representação do coop brasileiro no exterior é mostrar que o nosso modelo de negócio está alinhado com preocupações globais, como garantia de direitos humanos, trabalho digno, comércio justo e desenvolvimento sustentável.



Foto arquivo Sistema OCB

Cooperação internacional: lideranças cooperativas do Brasil, da América Latina e do mundo reunidas no Fórum Político de Alto Nível da ONU

Nas últimas três edições da Conferência da Organização das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, realizadas na Escócia (COP 26), no Egito (COP 27) e nos Emirados Árabes Unidos (COP 28), o cooperativismo brasileiro foi destaque com a apresentação de experiências sustentáveis que confirmam o potencial das coops para ajudar a descarbonizar a economia aliando desenvolvimento econômico e inclusão social. Em parceria com o governo brasileiro, levamos exemplos dessa atuação em projetos de energias renováveis, agricultura de baixo carbono, produção sustentável na Amazônia, reflorestamento, entre outros.

Em 2024, na COP 29, em Baku, no Azerbaijão, o coop brasileiro foi escolhido para representar o país entre quase 500 propostas apresentadas por instituições governamentais e da sociedade civil e levará dois cases: um sobre cooperativismo e finanças verdes e outro sobre o papel do coop na mitigação e adaptação das mudanças climáticas.

Durante a preparação para o evento, o Sistema OCB cruzou parte do país, de Minas Gerais ao Acre, para mostrar iniciativas cooperativistas com impacto positivo para a agenda climática global a um grupo de representantes do Governo Brasileiro, organizações parceiras e órgãos internacionais.

De acordo com a gerente-geral do Sistema OCB, Fabíola Nader Motta, dar visibilidade a histórias bem-sucedidas de cooperativas brasileiras em fóruns internacionais como as Conferências do Clima contribui para o fortalecimento do setor no cenário global.

“É uma grande oportunidade de mostrar quão preparadas nossas cooperativas estão para a temática da sustentabilidade, mostrar uma nova marca Brasil para o mundo. E também de criar parcerias estratégicas, construir alianças que permitam acessar novos mercados, além de mostrar nossa capacidade de liderança internacional, de congregar cooperativas de diversos países em torno do debate sobre a sustentabilidade”, afirma.

365 DIAS PARA O COOP

A agenda de cooperação com a ONU vai ganhar ainda mais força em 2025, com o Ano Internacional das Cooperativas, declarado pela instituição em reconhecimento ao papel do nosso movimento para cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Com o tema “Cooperativas constroem um mundo melhor”, a celebração será uma oportunidade para fortalecer o coop pelo mundo com o apoio da ONU. Serão promovidas ações de cooperação técnica e transferência de conhecimento e iniciativas para garantir a representatividade das cooperativas em instâncias de tomada de decisão nacionais, regionais e internacionais.

“A declaração do Ano Internacional das Cooperativas mostra o reconhecimento do cooperativismo como um modelo de negócios que promove desenvolvimento sustentável, inclusão social e econômica e prosperidade. Vamos aproveitar essa oportunidade única para avançar na defesa de interesses cooperativistas no Brasil e no mundo com o respaldo da ONU”, afirma o presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas.

5 LEGISLAÇÕES ESSENCIAIS PARA O COOP

RECONHECIMENTO DO ADEQUADO TRATAMENTO TRIBUTÁRIO DO ATO COOPERATIVO NA REFORMA TRIBUTÁRIA FOI UMA DELAS

Aumentar a competitividade das cooperativas brasileiras e garantir que elas possam crescer de forma sustentável. Com esse objetivo, o Sistema OCB trabalha sistematicamente na representação institucional e defesa dos interesses do cooperativismo junto aos tomadores de decisão, seja no Congresso Nacional, no Executivo ou no Judiciário.

“A representação é um pilar de competitividade. Quando a gente fala de representação, estamos falando de garantir um marco regulatório e de políticas públicas que sejam adequadas ao desenvolvimento do cooperativismo, que reconheçam as especificidades e a relevância do cooperativismo e que contribuam para o nosso desenvolvimento”, pondera a gerente de Relações Institucionais do Sistema OCB, Clara Maffia.



Essa mobilização tem sido responsável por conquistas essenciais para o cooperativismo nos últimos anos, influenciando a aprovação de leis e criação de políticas públicas que impactam diretamente o trabalho das cooperativas e beneficiam milhões de cooperados.

“As leis e políticas públicas têm um impacto muito relevante na vida dos brasileiros, em qualquer setor. E não é diferente no cooperativismo, não estamos isolados da sociedade. Somos afetados profundamente pelo que é decidido nos Três Poderes. Então, nosso papel de representação é conseguir, de alguma maneira, influenciar decisões melhores para o cooperativismo, que sejam mais adequadas ao desenvolvimento das cooperativas”, explica.

Em alguns casos, como na histórica atuação do cooperativismo na tramitação da Reforma Tributária, a atuação é transversal, ou seja, tem reflexos sobre todos os ramos do coop. Em outros, os cientistas políticos e equipes técnicas do Sistema OCB atuam na articulação de propostas ligadas a segmentos específicos, como as cooperativas agropecuárias, de infraestrutura, de crédito, entre outras.

No Congresso Nacional, essa tarefa é feita em conjunto com a Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), bancada suprapartidária formada atualmente por 285 deputados e 40 senadores que abraçaram a causa cooperativista.

CONHEÇA 5 LEIS E POLÍTICAS PÚBLICAS ESSENCIAIS PARA O COOPERATIVISMO APROVADAS COM O APOIO DO SISTEMA OCB:



1. COOPERATIVISMO NA REFORMA TRIBUTÁRIA

A mais recente das conquistas políticas do cooperativismo foi a histórica inclusão do adequado tratamento ao ato cooperativo na Reforma Tributária, promulgada pelo Congresso Nacional no fim de 2023, depois de quase 30 anos de discussão. A garantia de tratamento tributário diferenciado para as cooperativas foi resultado de uma grande mobilização do Sistema OCB e da Frencoop, em articulação com as representações estaduais e setoriais do coop brasileiro. O trabalho continuará em 2025 para influenciar a elaboração das leis complementares que regulamentarão o texto constitucional.



4. CÓDIGO FLORESTAL

Um dos principais marcos regulatórios ambientais do país, o Código Florestal foi atualizado em 2012, com novas regras para proteção da vegetação nativa em áreas de preservação permanente, reserva legal, uso restrito, exploração florestal e assuntos relacionados. A tramitação no Congresso Nacional foi marcada pela polarização entre representantes do agronegócio e ambientalistas. Em meio a esse cenário, o Sistema OCB teve um papel central na articulação política e na garantia de equilíbrio entre os setores para garantir um texto que atendesse aos interesses da sociedade brasileira como um todo.



2. ORGANIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

Para criar um ambiente de negócios mais seguro e competitivo para as cooperativas de crédito brasileiras, o Sistema OCB teve participação decisiva tanto na aprovação da Lei Complementar 130/2009, que instituiu o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC), como da Lei Complementar 196/2022, que modernizou a regulamentação do setor. As regras garantem um ambiente regulatório adequado para que as coops de crédito ofereçam produtos e serviços financeiros justos aos mais de 15,5 milhões de cooperados em todo o país.



5. PLANO SAFRA

Ano após ano, o Sistema OCB atua sistematicamente para garantir as melhores condições para as cooperativas agrícolas brasileiras no Plano Safra, que define as diretrizes da política agrícola de crédito e seguro rural no país. Para o período 2023/2024, o Plano Safra prevê um volume de crédito recorde de R\$ 364,22 bilhões, 26,8% maior que o do período anterior. As coops agropecuárias estão entre as grandes beneficiárias do maior Plano Safra da história, graças ao trabalho de representação institucional do Sistema OCB, com apoio do Grupo Técnico de Crédito Rural da OCB.



3. RECONHECIMENTO DAS COOPERATIVAS DE TRABALHO

O Sistema OCB levou ao Congresso Nacional a necessidade de regulamentação das cooperativas de trabalho, discussão que deu origem à Lei 12.690/2012, que dispõe sobre a organização e o funcionamento das coops desse ramo. A lei corrige distorções e desconhecimento sobre a formação e atuação das cooperativas de trabalho e prevê a regulamentação de dispositivos específicos sobre os direitos dos cooperados organizados em cooperativas.

Esses resultados são parte de um trabalho institucional abrangente e minucioso em defesa do cooperativismo brasileiro feito pela equipe de representação institucional do Sistema OCB.



Lançamento da Agenda Institucional 2024



Somos afetados profundamente pelo que é decidido nos Três Poderes. Então, nosso papel de representação é conseguir, de alguma maneira, influenciar decisões melhores para o cooperativismo, que sejam mais adequadas ao desenvolvimento das cooperativas.”

Clara Maffia

Gerente de Relações Institucionais do Sistema OCB

Pautas prioritárias

Para identificar pautas de interesse do coop, uma ferramenta de Inteligência Artificial faz a leitura do *Diário Oficial da União* e acompanha a movimentação de projetos de lei no Congresso Nacional em busca de palavras-chave ligadas ao cooperativismo e aos setores de atuação das coops. Em seguida, a equipe técnica filtra as informações e avalia quais as proposições têm mais impacto sobre o modelo de negócio cooperativista para que as estratégias de atuação sejam definidas.

Além dessa porta de entrada, as demandas de representação institucional também são apresentadas pelas Organizações Estaduais e pelos Conselhos Consultivos de Ramos e Câmaras Temáticas, órgãos representativos que funcionam como porta-vozes de cada segmento do coop.

“Os Conselhos Consultivos de Ramos são fundamentais para que a gente possa entender demandas que ainda não existem em projetos de lei ou políticas públicas. A partir disso, nossa equipe constrói um texto e depois, estrategicamente, define qual parlamentar a gente vai procurar; ou, no caso do Executivo, qual ministério a gente vai buscar, qual caminho a gente vai trilhar”, explica a gerente de Relações Institucionais.

Para 2024, segundo Clara Maffia, o trabalho de articulação política do Sistema OCB teve entre as prioridades a regulamentação da Reforma Tributária, com a elaboração de leis complementares que garantam o tratamento tributário diferenciado para as cooperativas; e leis em tramitação sobre a participação do cooperativismo no mercado de seguros e de telecomunicações, além de normas que tratam da recuperação judicial de cooperativas.

SOMANDO FORÇAS COM OS ESTADOS

REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL ARTICULADA ENTRE SISTEMA OCB NACIONAL E ORGANIZAÇÕES ESTADUAIS TEM GARANTIDO RESULTADOS RELEVANTES PARA O COOP

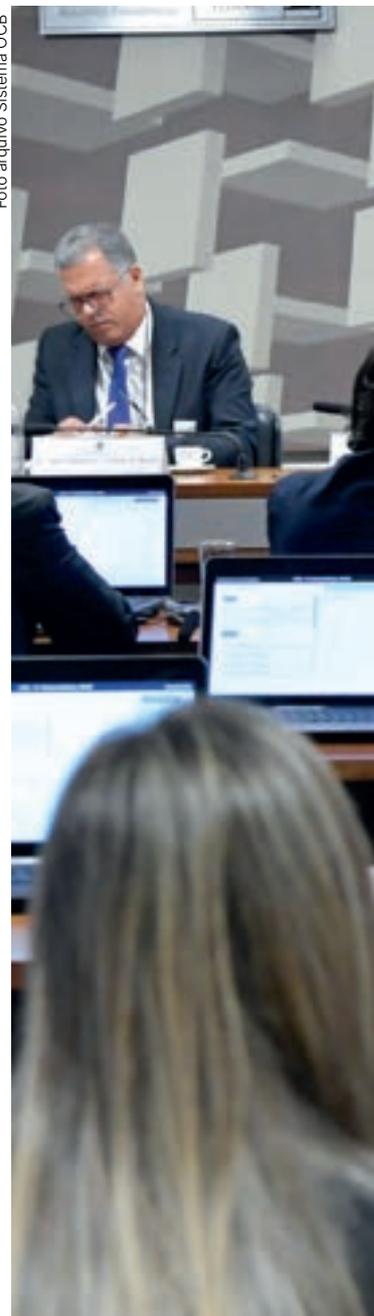
A inclusão do reconhecimento ao adequado tratamento tributário ao ato cooperativo na Reforma Tributária e a garantia de um regime específico ao nosso modelo de negócio durante a fase constitucional do tema entraram para a história do cooperativismo brasileiro. Essas conquistas foram possíveis por um fator que o cooperativismo conhece muito bem: a união. Uma rede nacional de mobilização foi formada para garantir a defesa dos interesses das coops na nova legislação tributária, num exemplo de boa prática no trabalho de representação institucional articulada e estratégica entre a equipe nacional, as Organizações Estaduais do Sistema OCB, confederações, centrais e cooperativas de todo Brasil.

“Essa mobilização só foi possível por meio da rede que construímos com os estados. Toda vez que a gente precisa potencializar a mobilização dos par-

lamentares da Frente Parlamentar do Cooperativismo [Frencoop], no Congresso Nacional, tanto deputados federais quanto senadores, a gente aciona as Organizações Estaduais e elas, por sua vez, entram em contato com as cooperativas. No caso da Reforma Tributária, isso se transformou em um movimento de grandes proporções, conseguimos falar com parlamentares de todo o Brasil de forma muito rápida e muito potente”, lembra a gerente de Relações Institucionais do Sistema OCB, Clara Maffia.

A atuação coordenada durante a tramitação da Reforma Tributária também foi um exemplo prático da implementação do *Programa de Educação Política para o Cooperativismo*, criado pelo Sistema OCB em 2022. A iniciativa foi lançada em preparação para as eleições majoritárias daquele ano, mas se tornou permanente e está em seu segundo ciclo, que vai até 2026.

Foto: arquivo Sistema OCB





O Sistema OCB defende os interesses das cooperativas no Brasil

Atualmente, 21 Organizações Estaduais do Sistema OCB fazem parte do programa. Um dos focos da iniciativa é justamente fortalecer a representação institucional nos estados para ampliar a voz e a visibilidade do coop nas instâncias políticas e representativas locais, levando as demandas das cooperativas diretamente aos tomadores de decisão.

“Uma área estruturada, profissionalizada de relações institucionais numa Organização Estadual tende a amplificar e a melhorar a qualidade da representação institucional do cooperativismo em todo o país”, destaca a gerente.



Foto arquivo Sistema OCB



Uma área estruturada de relações institucionais numa Organização Estadual tende a amplificar e a melhorar a qualidade da representação institucional do coop em todo o país”.

Clara Maffia

Gerente de Relações Institucionais do Sistema OCB

ESPECIALISTAS EM REPRESENTAÇÃO

De acordo com o coordenador de Relações Governamentais do Sistema OCB, Eduardo Queiroz, nos últimos cinco anos, a representação institucional do cooperativismo brasileiro tem passado por uma revolução. Se antes a tarefa de defender os interesses do coop cabia apenas aos dirigentes das Organizações Estaduais, hoje grande parte deles compartilha esse trabalho com áreas especializadas no assunto, com equipes que atuam junto aos dirigentes cooperativistas na interlocução com os poderes Legislativo e Executivo nos estados e municípios.

“Queremos aumentar cada vez mais a eficiência da representação institucional do cooperativismo por todo o país. Temos contado com o apoio dos dirigentes das nossas Organizações Estaduais e das cooperativas. Esse olhar estratégico das nossas lideranças tende a qualificar a defesa do nosso modelo de negócios e, conseqüentemente, resultar em políticas públicas mais efetivas para o cooperativismo”, destaca Queiroz.

O objetivo dessas estratégias é claro: garantir o melhor cenário regulatório e de políticas públicas possível para que as cooperativas possam crescer e aumentar sua competitividade. “A cooperativa é quem lida no dia a dia com questões que demandam atuação institucional, sejam burocráticas, de acesso ao crédito, tributação, ambientais e trabalhistas. Problemas que têm que ser resolvidos na forma de políticas públicas ou junto às instâncias políticas, sejam municipais, estaduais ou federais. E a representação institucional faz esse trabalho em nome delas, tanto no Sistema OCB Nacional quanto nas Organizações Estaduais”, explica a gerente-geral do Sistema OCB, Fabíola Nader Motta.

Em todo o país, são recorrentes os exemplos de atuação bem sucedida de representação institucional que levaram a conquistas para o cooperativismo em todos os ramos. Diversas Organizações Estaduais têm trajetórias consolidadas de representação do cooperativismo nos espaços de poder locais. Esse trabalho muitas vezes ocorre de forma articulada com frentes parlamentares nas assembleias estaduais e na representação em outros fóruns de decisão, como conselhos estaduais e grupos do setor produtivo.

REFERÊNCIA PARANAENSE

No Paraná, o Sistema Ocepar é reconhecido pela abordagem técnica e integrada na defesa dos interesses das cooperativas do estado. A organização tem uma área de relações institucionais estruturada, com influência local e nacional em políticas públicas que beneficiam as coops.

“Nosso trabalho de representação tem como premissa o contato direto com as cooperativas. Através da Diretoria, das reuniões de núcleos regionais, e dos grupos técnicos específicos, com profissionais indicados pelas cooperativas, criamos um ambiente de diálogo direto que nos permite ter informações sobre os temas de interesse das cooperativas e assim melhor representá-las”, explica a coordenadora de Relações Institucionais do Sistema Ocepar, Daniely Andressa da Silva.

A equipe cooperativista de representação institucional paranaense atua tanto de forma propositiva quanto na contribuição com subsídios técnicos. As ações incluem acompanhamento de propostas do Legislativo e do Executivo que possam impactar as coops e o relacionamento próximo com agentes públicos, como parlamentares, secretários e outras autoridades.

Além disso, o Sistema Ocepar foi pioneiro na implementação do Programa de Educação Política para o Cooperativismo, em conjunto com a OCB. Segundo Daniely Silva, a iniciativa surgiu para resgatar o interesse sobre a política no coop paranaense, por meio de ações de formação e informação do público cooperativista para valorização de representantes que atuam em defesa do segmento, independentemente de suas filiações partidárias.

“O desenvolvimento contínuo e sustentável das cooperativas depende, entre outros fatores, de um ambiente regulatório propício, que de fato reconheça a magnitude do cooperativismo para o nosso país. A dinâmica política atual exige que estejamos preparados para atuar em defesa do setor, e para isso, nada mais importante do que termos representantes que conheçam nosso modelo, nossos princípios, valores e forma de atuação”, afirma a coordenadora.

Como resultado do programa, 80% dos parlamentares da bancada federal do estado, entre deputados e senadores, fazem parte da Frente Parlamentar do Cooperativismo no Congresso



A representação institucional trabalha em nome das cooperativas brasileiras junto às instâncias políticas municipais, estaduais e federais, e isso é feito tanto no Sistema OCB Nacional quanto nas Organizações Estaduais.”

Fabíola Nader Motta

Gerente-geral do Sistema OCB



Foto arquivo Sistema OCB



Foto arquivo Sistema OCB

A equipe de Relações Institucionais do Sistema OCB/GO com o gerente de Desenvolvimento de Cooperativas, Diogo Oliveira (direita)

Nacional. Em outra estratégia exitosa, mais de 30 mil cooperativistas do Paraná já receberam formação em atividades do programa e o canal de comunicação da iniciativa tem mais de 2 milhões de pessoas inscritas.

O trabalho de relações institucionais da Ocepar já contribuiu, entre outras conquistas, para a aprovação de leis ligadas à garantia de recursos, eficiência, agilidade e segurança jurídica para as cooperativas, tanto no Congresso Nacional quanto na Assembleia Legislativa do Paraná.

“Em âmbito estadual, temos avançado no aproveitamento de créditos fiscais para fomento a ações de infraestrutura, armazenagem, novas fontes de energia, conectividade rural. Além disso, obtivemos

êxito em ações de defesa sanitária que permitem a manutenção e a abertura de novos mercados às cooperativas, além de frear diversas propostas negativas, que afetariam os mais diversos ramos e que desconsideravam nosso modelo de atuação”, lista Daniely Silva.

TRABALHO ARTICULADO EM GOIÁS

Com uma área de relações institucionais estruturada há dois anos, o Sistema OCB/ Goiás já conseguiu estabelecer uma atuação estratégica de defesa do coop na Assembleia Legislativa, nas câmaras municipais e junto ao governo estadual, além da interlocução ativa com a bancada goiana na Frencoop do Congresso Nacional.

Em um modelo inovador, parte do trabalho de representação institucional é feito de forma descentralizada, por meio de núcleos regionais. “Essa estratégia divide o estado de Goiás em seis regiões político-administrativas, cada uma coordenada por um dirigente de cooperativa sediada na região. Esses líderes, acompanhados por analistas de núcleo, atuam na representação do Sistema OCB perante entidades, prefeituras e câmaras municipais”, explica o gerente de Desenvolvimento de Cooperativas da OCB/GO, Diogo Oliveira

Na representação política, além da articulação com parlamentares e autoridades, a Casa do Cooperativismo Goiano investe em parcerias estratégicas com o governo estadual para projetos econômicos de fomento das cooperativas e na participação em fóruns empresariais para ampliar a representatividade do coop.

“Com essas ações, a OCB/GO tem consolidado uma abordagem abrangente e articulada na representação institucional do cooperativismo goiano, envolvendo diversas frentes para garantir a defesa efetiva dos interesses das cooperativas em todas as esferas governamentais”, pondera Oliveira.

Para implantar o Programa de Educação Política no estado, a organização goiana definiu uma estratégia gradual, que começou pelos colaboradores internos e será ampliada com ações para conselheiros de administração e fiscal, representantes de comitês e coordenadores, e com a formação de uma rede de relações institucionais em colaboração com as cooperativas.

“O Programa de Educação Política está sendo implementado de maneira estruturada, visando a promoção de uma cultura política contínua e engajada dentro do cooperativismo goiano”, explica o gerente.

Entre os resultados do trabalho estruturado da área de relações institucionais para o cooperativismo goiano até agora, Oliveira destaca o fortalecimento das relações com os principais tomadores de decisão do estado, o reconhecimento da presença institucional do cooperativismo como segmento econômico, o aumento do engajamento e

Cooperativismo nas Eleições 2024

Para garantir a defesa de interesses do cooperativismo nas Eleições Municipais de 2024, o Sistema OCB desenvolveu dois documentos com diretrizes para a participação do coop no processo eleitoral:

Cooperativismo e Eleições

Cartilha focada em boas práticas para a participação de cooperativas e cooperados nas eleições de forma íntegra, transparente e legítima.

Propostas para Cidades mais Cooperativas

Sugestões de como promover o cooperativismo como instrumento de desenvolvimento local e regional e de inclusão produtiva e financeira nas cidades brasileiras.

participação de cooperativas em eventos políticos e a construção de pautas políticas diretamente ligadas às necessidades das coops goianas.

PARCERIA NACIONAL

Independentemente do grau de estruturação das áreas de representação institucional das Organizações Estaduais, o Sistema OCB atua de forma sistemática junto a todas elas em prol das cooperativas brasileiras.

“O que temos são fomento e recomendações, mas é importante que cada Organização Estadual e cada cooperativa tenham autonomia para desenvolver a educação política conforme as suas diretrizes, seus valores, suas características e realidade. E estamos sempre à disposição para responder às demandas que as nossas Organizações Estaduais trazem das cooperativas”, destaca Fabíola Nader Motta.

2025 será o Ano Internacional das Cooperativas

O cooperativismo já está na contagem regressiva para 2025, declarado pela Organização das Nações Unidas (ONU) como Ano Internacional das Cooperativas.

Depois que o mundo atravessou a crise global da pandemia de Covid-19, a Assembleia Geral da ONU reconheceu mais uma vez a capacidade das cooperativas de crescer e apoiar pessoas e comunidades em momentos difíceis, ajudando na recuperação social, econômica e ambiental.

COOP EM NÚMEROS*



1 BILHÃO DE COOPERADOS
Cerca de 12% da população mundial



3 MILHÕES DE COOPS
espalhadas pelo globo



280 MILHÕES
de postos de trabalho



US\$ 2,2 TRILHÕES
Movimentação financeira das cooperativas de todo o mundo



Se fossem um país, as 300 maiores coops do mundo seriam a **8ª ECONOMIA MUNDIAL**

COMO AS COOPS BRASILEIRAS ESTÃO SE PREPARANDO PARA 2025

O cooperativismo brasileiro já está trabalhando para aproveitar todas as oportunidades do Ano Internacional das Cooperativas. Com a visibilidade e o impulso da ONU, o Sistema OCB, representante das coops brasileiras, vai atuar para ampliar a participação do modelo de negócio cooperativista em todos os setores da economia em que está presente e conquistar novos cooperados, gerando trabalho e renda para mais brasileiros.

Essa tarefa já está em andamento com o trabalho diário da equipe de representação institucional do Sistema OCB, que defende os interesses do coop junto aos Três Poderes e a outras instâncias nacionais e internacionais.





COMO A ONU AJUDARÁ A FORTALECER O COOP EM 2025?



Mais pessoas conhecerão o coop em 2025, o que deve ajudar o coop a crescer em número de cooperados e em resultados gerados para a sociedade.

A ONU recomendará que os governos de seus países membros apoiem as cooperativas para ampliar sua capacidade de gerar trabalho, reduzir a pobreza e a fome, garantir acesso a serviços financeiros, moradia digna e educação, principalmente nos países em desenvolvimento.

Com as homenagens prestadas ao coop, o momento será propício para a revisão da legislação e regulamentos de cada país para tornar o ambiente jurídico mais propício à criação e crescimento de cooperativas, melhorando as leis existentes e elaborando novas, principalmente nas áreas de acesso ao capital, autonomia, competitividade e tributação justa.

As ações previstas pela ONU para o Ano Internacional das Cooperativas também incluem a promoção do acesso à tecnologia da informação e a modelos de gestão eficiente para as cooperativas.

VALE DESTACAR!



A ONU recomenda que as instituições cooperativistas organizem e divulguem dados e estatísticas sobre o cooperativismo para contribuir com a elaboração de políticas públicas adequadas para o setor.

Quer saber mais? Confira o infográfico completo:





FIQUE POR DENTRO DAS NOVIDADES DO COOP

Em nossos informativos você confere conteúdos completos, feitos exclusivamente para as cooperativas. Eles são divididos por temas de acordo com o seu interesse. Confira!

panorama do coop

Informativo semanal que reúne as análises do Sistema OCB sobre os **cenários político, sindical, trabalhista e tributário**, além de trazer as notícias do cooperativismo que foram destaque na semana.

impulso do coop

Informativo mensal com conteúdos que apresentam **os caminhos da inovação e da competitividade para as cooperativas**, além de análises do cenário econômico e seu impacto para o coop.

direito no coop

Informativo quinzenal que traz **análises jurídicas, decisões importantes e informações relevantes sobre o nosso movimento no Poder Judiciário**, além de conteúdos especiais das temáticas societária, tributária, proteção de dados e direito ambiental.

saber cooperar

Informativo mensal em que contamos as **histórias do cooperativismo brasileiro e internacional**.



Assine agora
<http://in.coop.br/informativos>



SistemaOCB
CNCOOB | OCB | SESCOOP

f | X | ●● | y | @ | in
@sistemaocb

capacita**coop**

O clique certo para a sua carreira no cooperativismo evoluir



Vantagens de estudar pela CapacitaCoop

-  Biblioteca on-line com materiais exclusivos
-  Ferramentas interativas
-  Emissão de certificados

MAIS DE
220
CURSOS
GRÁTIS



Confira nossa
vitrine de cursos
e inscreva-se

capacita.coop.br

ERATI ERATI COOPER
URA VISTA VISTA AÇÃO
RES REPRES NEGÓ REP
DENTAÇÃO CIOS ENTA
ESG COMU COMU ESG
ÇÃO NICAÇÃO INOVAÇÃO
A CULTURA AÇÃO CULT
RA COOP COOP INTER
ERATI ERATI COOPER
URA VISTA VISTA AÇÃO
RES REPRES NEGÓ REP
DENTAÇÃO CIOS ENTA
ESG COMU COMU ESG
ÇÃO NICAÇÃO INOVAÇÃO
A CULTURA AÇÃO CULT