



Entrevista
Emily Rees
Pág. 6

paraná cooperativo



Sistema **Ocepar**

FECOOPAR - OCEPAR - SESCOOP/PR

somoscoop >

Ano 15 - N°

174

OUT/2019



QUALIDADE EM PRIMEIRO LUGAR

Para o consumidor, esse é o principal atributo dos produtos e serviços das cooperativas paranaenses. É o que demonstra pesquisa de mercado sobre o cooperativismo e suas marcas



VAMOS JUNTOS POR UM BRASIL MELHOR.

Todos queremos ver um Brasil melhor. Mas, para isso acontecer, precisamos caminhar em uma só direção: a do progresso. E é isso que nós do G7, o grupo das entidades que representam a classe produtora paranaense, queremos para o nosso país.

Vamos juntos por mais empregos, por mais renda, por mais crescimento. Vamos juntos pelo Brasil.

Comunicação é pilar estratégico



José Roberto Ricken
Presidente do Sistema Ocepar

Na era da comunicação digital e das redes sociais, a observância dos princípios e valores que definem a identidade das cooperativas torna-se essencial. Nesse sentido, o quinto princípio, que diz respeito à educação, formação e informação, passa a ser um pilar estratégico. Da mesma forma que a capacitação é fator fundamental para o desenvolvimento do setor, não se pode negligenciar a necessidade de informar com qualidade aos diferentes públicos das cooperativas. Uma boa comunicação é decisiva para as relações comerciais, seja em âmbito local ou internacional. E para construir estratégias adequadas de marketing, é condição prioritária que as cooperativas, principalmente aquelas que atuam com produtos e serviços no varejo, verifiquem continuamente a percepção dos consumidores.

O Sistema Ocepar encomendou a Pesquisa de Imagem e Posicionamento do Cooperativismo e suas Marcas, realizada pelo Grupo Datacenso, para oferecer às cooperativas informações com bases científicas que possam subsidiá-las em suas campanhas de comunicação. Com a mesma metodologia utilizada em levantamento de 2017, os dados fornecem possibilidade de comparação, identificando lacunas, riscos e oportunidades. Os resultados serão apresentados durante as reuniões dos Encontros de Núcleos,

“ Não se pode negligenciar a necessidade de informar com qualidade aos diferentes públicos das cooperativas ”

que acontecem de 21 a 24 de outubro nas cidades de Prudentópolis, Cascavel, Francisco Beltrão e Mandaguari.

Um aspecto evidenciado pela pesquisa é a percepção positiva quanto ao cooperativismo, com ênfase na qualidade dos produtos e serviços. Um ponto que merece atenção é o número de consumidores que ainda desconhece e não identifica produtos e serviços das cooperativas. Por isso, precisamos criar uma estratégia criativa e eficaz para informar melhor aos consumidores, mostrando nossos diferenciais de sustentabilidade econômica, social e ambiental. Nesse sentido, engajar os cooperativistas ao SomosCoop é ação prioritária da Ocepar, associando as cooperativas paranaenses a esse movimento de conscientização e difusão do cooperativismo em toda a sociedade.

A transformação digital conectou o mundo, mas trouxe também fatores negativos, com a propagação de notícias falsas e versões tendenciosas, arquitetadas com o intuito de prejudicar concorrentes no comércio internacional. Na questão ambiental, a desinformação parece ser a regra. Temos que desmistificar algumas questões na relação entre o urbano e rural. Hoje não faz mais sentido separar o 'produzir do preservar', ou seja, dizer que é impossível produzir alimentos e preservar o meio ambiente ao mesmo tempo. Isto é um discurso ideológico.

As pessoas precisam conhecer a nossa realidade e respeitar. O mundo precisa saber que 2/3 do Brasil tem florestas intocáveis, que nunca serão desmatadas, e nem precisamos disso, porque temos tecnologia e competência para produzir uma safra gigantesca de grãos em menos de 8% da área territorial nacional. Para nós, cooperativistas paranaenses, o que vale é produzir sempre com sustentabilidade, e uma sustentabilidade baseada em três pilares: social, ambiental e econômica. Este é o nosso compromisso. ■

10 ESPECIAL

Consumidor reconhece a qualidade dos produtos e serviços das cooperativas



Foto: Divulgação

20 FÓRUM DOS PRESIDENTES

Inovação, meio ambiente e mercado na pauta dos debates



Foto: Ricardo Rossi / Sistema Ocepar

24 COMUNICAÇÃO

Os vencedores do 13º Prêmio Ocepar de Jornalismo



Fotos: Rafael Danilewicz / Sistema Ocepar

CONT

Outubro.2019

34 SECRETARIADO EXECUTIVO

36 POLÍTICA – CONEXÃO FRESCOOP

40 CRÉDITO – UNIPRIME

42 CRÉDITO – SICOOB

43 CRÉDITO – SICREDI

44 SAÚDE – UNIMED

46 NOTAS E REGISTROS

50 ASPAS

6 ENTREVISTA



Emily Rees, Economista e consultora especializada em comércio internacional

28 SOMOSCOOP

Exposição espelha a diversidade de produtos com marcas de cooperativas



32 COOPER UNIVERSITÁRIO

Programa do Sistema Ocepar quer preparar estudantes para atuar no setor



EUÚDO

nº 174

SISTEMA OCEPAR

DIRETORIA DA OCEPAR

Presidente: José Roberto Ricken - **Diretores:** Alvaro Jabur, Clemente Renosto, Dilvo Grolli, Frans Borg, Jorge Hashimoto, Jorge Karl, Jose Aroldo Gallassini, Jefferson Nogaroli, Luiz Lourenço, Paulo Roberto Fernandes Faria, Valter Pitol, Valter Vanzella, Wellington Ferreira e Yuna Orteni Bastos - **Conselho Fiscal - Titulares:** Jose Rubens Rodrigues dos Santos, Tácito Octaviano Barduzzi Junior e Urbano Inácio Frey - **Suplentes:** Lindones Antonio Colferai, Popke Ferdinand Van Der Vinne e Sergio Ossamu Ioshii - **Superintendente:** Robson Leandro Mafioletti

DIRETORIA DO SESCOOP/PR

Presidente: José Roberto Ricken - **Conselho Administrativo - Titulares:** Joberson Fernando de Lima Silva, Luiz Roberto Baggio, Marcos Antonio Trintinalha e Solange Pinzon de Carvalho Martins - **Suplentes:** Aguiel Marcondes Waclawovsky, Hiroshi Nishitani, Karla Tadeu Duarte de Oliveira e Luciano Ferreira Lopes - **Conselho Fiscal - Titulares:** Erik Bosch, Joel Makohin e Marcos Roberto Bueno Antunes - **Suplentes:** Akio Cyoia, Artur Sawatzky e Mércio Francisco Paludo - **Superintendente:** Leonardo Boesche

DIRETORIA DA FECOOPAR

Presidente: José Roberto Ricken - **Vice-Presidente:** Paulo Roberto Fernandes Faria - **Secretário:** Dilvo Grolli - **Tesoureiro:** Ricardo Accioly Calderari - **Suplente:** Luiz Roberto Baggio - **Conselho Fiscal - Titulares:** Jorge Hashimoto, Jacir Scalvi e Dorival Bartzike - **Suplentes:** Jaime Basso, Marino Delgado e Frans Borg - **Delegados - Titulares:** José Roberto Ricken e Luiz Roberto Baggio - **Suplente:** Marino Delgado - **Superintendente:** Nelson Costa

EXPEDIENTE

Revista Paraná Cooperativo: Assessoria de Imprensa do Sistema Ocepar - **Editor Responsável:** Samuel Zanello Milléo Filho (DRT/PR 3041) - **Edição e Redação:** Ricardo Rossi, Marli Vieira, Lucia Massae Suzukawa e Silvio Oricolli - **Design Gráfico:** Stella Soliman Tonatto - **Conselho Editorial:** José Roberto Ricken, Nelson Costa, Robson Mafioletti, Flávio Turra, Leonardo Boesche, Samuel Zanello Milléo Filho, Maria Emília Pereira Lima - **Diagramação:** Celso Arimatéia - **CTP e Impressão:** Impressoart Gráfica e Editora - **Licitação/Pregão:** 05/2019 - **Redação:** Av. Cândido de Abreu, 501, CEP 80530-000, Centro Cívico, Curitiba - Paraná - **Telefone:** (41) 3200-1100 / (41) 3200-1109 - **Endereço Eletrônico:** jornalismo@sistemaocepar.coop.br - **Página na Internet:** www.paranacooperativo.coop.br - As matérias desta publicação podem ser reproduzidas, desde que citada a fonte.

Com a economista, ex-chefe da Agência Brasileira de Comércio e Investimentos (Apex) e ex-adida comercial da França no Brasil,

Emily Rees

Diálogo para quebrar estigmas

Para a consultora franco-britânica, lutar contra a desinformação exige a compreensão das origens do desentendimento, considerando as diferenças culturais e socioeconômicas entre os países

por Ricardo Rossi

As disputas por espaço no mercado internacional acabam, muitas vezes, “contaminadas” por desinformação, criando estigmas e assimetrias entre os países. Para reduzir os efeitos dessa guerra de versões, agravados por fake news, é necessário manter canais de diálogos com os parceiros comerciais. “É essencial entender a origem do desentendimento. Não há dúvida que existem campanhas negativas providas por interesses protecionistas, mas também há diferenças culturais e socioeconômicas. O reconhecimento humilde de nossas lacunas permite uma comunicação mais sincera, com mais possibilidade de aproximação e entendimentos”, afirma a consultora Emily Rees, ex-chefe de Assuntos da União Europeia da Apex-Brasil, Agência Brasileira de Comércio e Investimento, e ex-adida comercial da França no Brasil.

A economista, mestre em ciências políticas pela Universidade de Toulouse (França) e relações internacionais pela Universidade de Bristol (Reino Unido), é sócia-fundadora da Trade Strategies, consultoria especializada em comércio internacional, com ênfase em questões relacionadas à União Europeia (UE), com sede em Bruxelas, na Bélgica. No dia 6 de setembro, Emily fez palestra no 7º Fórum de Agricultura da América do Sul, em Curitiba, onde falou sobre o acordo de livre-comércio Mercosul/UE. Em entrevista exclusiva à Revista Paraná Cooperativo, ela revelou suas expectativas quanto à ratificação do tratado, bem como os benefícios que serão gerados aos blocos, as consequências da guerra comercial EUA/China e a onda protecionista que está trazendo incertezas ao comércio mundial.

A forma de negociar dos EUA, mais agressiva que o usual na diplomacia comercial, ainda não foi assimilada pelos demais países?

Penso que a política comercial dos Estados Unidos está em transição. Após duas décadas focadas em fechar acordos preferenciais de comércio, a atual administração considera o comércio internacional um jogo de resultados negativos para o país. Isso justificaria a desconfiança de Washington quanto às importações de outros países. A técnica de negociação norte-americana está baseada em impor ameaças tarifárias, para que haja concessões unilaterais em áreas consideradas sensíveis. De fato, essa forma de negociar é agressiva e menos usual na diplomacia comercial. Somente países com forte peso econômico podem se permitir a adotá-la.

Se a disputa comercial EUA/China se prolongar, quais serão as consequências?

Uma guerra comercial é tradicionalmente definida como uma nação impondo tarifas ou quotas em importações, com os países afetados retaliando com medidas protecionistas similares. Se o quadro internacional se prolongar, devemos nos preparar para uma desaceleração do comércio mundial, com impacto no PIB (Produto Interno Bruto), desenvolvimento e empregos. Outra consequência da volatilidade é uma contração das cadeias de valor internacionais, com migração dos investimentos para cadeias consideradas mais seguras.

Muitos líderes mundiais têm adotado um discurso de unilateralismo. O protecionismo está se agravando no mundo todo?

Apesar do conflito comercial entre os Estados Unidos e a China ser destaque na imprensa, mudanças mais profundas estão ocorrendo de forma despercebida. Importante lembrar que 95% do comércio internacional ocorrem fora do eixo China-EUA. De fato, existe um ressurgimento de políticas protecionistas em todo o mundo. No ano passado, ¾ das medidas protecionistas de importação não envolveram Estados Unidos e China. O aumento de barreiras comerciais está ocorrendo de uma forma gradual e crescente em todo o mundo e devemos estar atentos a isso. Trata-se de um problema global que só poderá ser resolvido multilateralmente por meio de uma ampla reforma da Organização Mundial de Comércio (OMC). Esta reforma será o foco da Conferência Ministerial da entidade, que acontecerá em 2020, no Cazaquistão, e buscará superar a crise institucional atual, assim como reafirmar a importância de mantermos regras equitativas no comércio internacional.

Nesse contexto de disputas, o acordo União Europeia/Mercosul ganha ainda mais importância?

Por ser o maior acordo negociado pela UE e o primeiro grande acordo do Mercosul, o tratado é de suma importância geoestratégica. Juntos, os dois blocos representam 25% do PIB mundial e um mercado com mais de 770 milhões de consumidores. Além da grande conquista em termos de quotas de acesso de mercado e de eliminação tarifária que o acordo abre, permitirá uma aproximação regulatória maior entre os blocos, o que facilitará o comércio no longo prazo. Acredito que o acordo é bom para os dois blocos,

“

Apesar do conflito comercial entre os EUA e a China ser destaque na imprensa, mudanças mais profundas estão ocorrendo de forma despercebida. Existe um ressurgimento de políticas protecionistas em todo o mundo ”

permite um crescimento de ambas regiões, que são grandes potências agrícolas, mas também com muitas oportunidades para diferentes setores econômicos.

Quais as principais conquistas do tratado de livre-comércio?

Entendo que esta negociação teve quatro grandes conquistas: primeira, a regionalização, que é um ponto que interessa muito ao Paraná, porque permite diversos procedimentos para o reconhecimento do status sanitário ao nível estadual no Brasil, o que não existia antes do acordo. Quando ocorria uma doença ou praga numa outra parte do país, isso impedia a exportação dos produtos paranaenses, mesmo que o problema tivesse ocorrido em regiões distantes. Isso muda em ambos os blocos, pois, da mesma forma, por exemplo, uma doença ou praga na Polônia não afetará as exportações de Portugal ou Espanha para o Mercosul; segunda, haverá também um sistema de diálogo, que >>



permitirá uma ponte entre os governos para conversar sobre os novos assuntos relacionados ao agronegócio. Em particular, dentro do acordo, temas emergentes e importantes como o bem-estar animal, a biotecnologia, o combate à resistência antimicrobiana, e os limites máximos de resíduos, que são questões que afetam também a exportação de produtos do Mercosul para a UE; terceira, em termos de ciência, haverá a criação de um novo comitê interbloco, que permitirá muito mais transparência, previsibilidade, e uma aceitação pela União Europeia de fundamentos científicos nas discussões, um ponto que era também muito importante nesta negociação; finalmente, a quarta conquista diz respeito à habilitação de plantas industriais. Hoje, um dos procedimentos mais custosos e demorados é a inspeção, aprovação e habilitação de estabelecimentos exportadores de produtos de origem animal, sejam de carnes ou lácteos. Isso passará agora a ser realizado por meio de um sistema de “pre-listing”, no qual o país exportador enviará uma lista de estabelecimentos que cumprem os requisitos sanitários ao importador, sem a necessidade de uma inspeção individual do estabelecimento. Trata-se de uma grande conquista em termos de facilitação de comércio.

Para o Mercosul, o acordo pode representar o início de uma inserção maior do bloco numa cadeia global de comércio com alto valor agregado, já que a União Europeia é um mercado qualificador?

Em termos de garantia de qualidade e sustentabilidade do produto, exportar para a União Europeia abre portas para outros mercados que possuem sistemas de fiscalização menos robustos. O acordo com a União Europeia, pela abertura de quotas e eliminação tarifária, confere mais competitividade aos produtos brasileiros em relação a concorrentes sem acordo preferencial de acesso, abrindo novas oportunidades de acessar mercados de alto valor agregado. Quanto à inserção em cadeias de valor internacionais, o Mercosul está atualmente em negociação com vários países de importância como o Canadá, Cingapura e a Coreia do Sul - todos eles já possuem acordo fechado com a UE. Esta aproximação regulatória leva a uma maior competitividade brasileira trazendo novas oportunidades de acessar cadeias de valor mais extensas.

As divergências políticas e pressões de setores econômicos podem travar o processo de implantação do acordo UE/Mercosul?

Os Estados Unidos, que historicamente foi um impulsionador de livre-comércio, está hoje fechando suas portas às importações. A União Europeia, que

possui a maior rede de acordos comerciais de livre-comércio está, de forma crescente, tendo dificuldades em ratificar acordos, como foi recentemente o caso do tratado com o Canadá. Hoje, em Bruxelas (cidade-sede da UE) existe um sentimento de que estamos vivendo o fim da era de abertura comercial e, se for ratificado, é provável que o acordo com o Mercosul seja um dos últimos do bloco europeu. Com a nova administração do bloco, o foco passará da ampliação de mercados para o cumprimento do que já está em vigor.

Qual o cronograma de implantação do acordo? Em quanto tempo esse processo estará consolidado, com o pleno funcionamento do livre-comércio?

Existem várias etapas no processo de ratificação na União Europeia. Primeiramente, uma verificação jurídica do texto será efetuada pelos representantes do Mercosul e da Comissão Europeia, antes de ser enviado para uma tradução oficial nos 24 idiomas oficiais do bloco. Em seguida, o presidente do Conselho da UE, o belga Charles Michel, participará de cerimônia de assinatura oficial do acordo, conjuntamente com o chefe de Estado que estiver na Presidência do Mercosul, provavelmente o presidente do Uruguai, no segundo semestre de 2020. A próxima etapa é uma votação no Conselho da UE, que representa os interesses dos Estados Membros do bloco europeu. Se houver uma decisão positiva, o acordo seguirá para o Parlamento Europeu, que deverá se pronunciar numa votação com maioria qualificativa. Ao finalizar este processo, o acordo pode ser aplicado imediatamente, de forma provisória, antes de obter uma ratificação em nível nacional dos Estados Membros.

O Brexit pode causar atrasos na implantação do acordo? Se o Mercosul, no futuro, fechar acordo comercial com o Reino Unido, isso pode gerar desconforto na União Europeia e até retaliação por parte do bloco?

O acordo foi concluído com a União Europeia. Se o Reino Unido sair do bloco, o acordo não se estenderá ao país, a menos que o Reino Unido permaneça na união aduaneira, o que significa abrir mão de uma política comercial independente. Se o Reino Unido sair da união aduaneira, seja com acordo ou sem, estaria livre para negociar seus próprios acordos comerciais. Neste contexto, sua primeira tarefa será negociar um acordo comercial com o seu primeiro parceiro comercial, a própria União Europeia, o que não impede a negociação com outros parceiros como o Mercosul. Ao sair da UE, o Reino Unido tomará suas decisões e não vislumbro qualquer motivação para desconforto ou retaliação do bloco europeu neste contexto.

O princípio da precaução, previsto no acordo, terá condições de arbitrar impasses, independente de pressões políticas e ideológicas?

O acordo segue os mesmos padrões que o acordo negociado entre a UE e o Canadá: o princípio de precaução não se aplica ao capítulo fitossanitário, mas unicamente ao item de desenvolvimento sustentável. Questões de meio ambiente e de padrões trabalhistas serão monitorados por um grupo de observadores representativos da sociedade civil. É complexo avaliar a questão de pressões políticas, pois o princípio nunca foi acionado no âmbito de um acordo comercial.

O que fazer para quebrar estigmas que generalizam e prejudicam a imagem dos produtos brasileiros no mercado internacional?

Para quebrar estigmas, o mais importante é abrir e manter canais de diálogo. O reconhecimento humilde das nossas lacunas permite uma comunicação mais sincera, com mais possibilidades de aproximação e entendimentos. Para lutar contra a desinformação, é essencial entender a origem do desentendimento. Ele pode ter muitas fontes. Não há dúvida que existem campanhas negativas providas por interesses protecionistas, mas também há diferenças culturais e divergências socioeconômicas e políticas que devem ser levadas em conta.

A Europa utiliza com eficácia as indicações geográficas para promover o desenvolvimento regional? O Mercosul deve também utilizar melhor esse mecanismo?

As indicações geográficas são uma importante ferramenta de proteção de nomes e marcas vinculados a produtos típicos de territórios. Hoje existem 90 mil indicações geográficas, 90% delas em países desenvolvidos. Esses produtos movimentam 50 bilhões de dólares no mercado internacional. É uma ferramenta para agregar valor aos produtos da agropecuária. Acredito que haverá forte crescimento das indicações geográficas no Mercosul. No acordo foram reconhecidos 450 produtos, com possibilidade de expansão dessa lista no futuro. Por exemplo, foram reconhecidos o Irish whiskey (uísque irlandês), no Brasil, o queijo canastra e a cachaça, na Itália, o presunto de Parma, na Grécia, o azeite de oliva, na Argentina, o vinho de Mendoza, na França, o queijo roquefort. No Paraná, existem apenas sete indicações geográficas para produtos: o mel do Oeste do Paraná (Nota do Editor: incluindo a produção da cooperativa Coofamel), o café do Norte Pioneiro, a goiaba de Carlópolis, a erva-mate de São Mateus do Sul, o mel de Ortigueira, a uva de mesa de Marialva, e o queijo da Colônia Witmarsum,

Foto: Ricardo Rossi / Sistema Ocepar



“O acordo com a UE confere mais competitividade aos produtos brasileiros em relação aos concorrentes, abrindo novas oportunidades de acessar mercados de alto valor agregado”

que é produzido por cooperativa. Esse tipo de produto tende a ter uma grande expansão, seja no mercado doméstico ou no comércio mundial, em razão da crescente demanda por produtos de maior valor agregado e que incentivam o desenvolvimento regional. Os europeus são muito atentos a essas denominações.

As cooperativas podem se beneficiar no mercado internacional por conta de seus diferenciais de sustentabilidade?

O cooperativismo tem uma imagem muito positiva na Europa. Além da qualidade dos produtos, a relação humana na cadeia, o investimento na comunidade e a sustentabilidade ambiental são fatores importantes e que influenciam a decisão de compra dos consumidores europeus, que são cada vez mais exigentes. Desta forma, a transparência é a chave das relações do setor, e os diferenciais do cooperativismo do Paraná devem ser amplamente comunicados, de forma a conquistar cada vez mais confiança e respeito em mercados internacionais. ■



por Ricardo Rossi

Qualidade em primeiro lugar

Para os consumidores, a qualidade é o principal atrativo dos produtos das cooperativas do Paraná. O preço justo e a boa procedência da produção do setor também influenciam na decisão de compra.

É o que demonstra a Pesquisa de Imagem e Posicionamento do Cooperativismo e Suas Marcas, encomendada pelo Sistema Ocepar e realizada pelo Grupo Datacenso. O levantamento quantitativo entre-

vistou 508 consumidores e 507 não consumidores de produtos de cooperativas. Também foram ouvidos 50 gestores de supermercados e 10 líderes cooperativistas. Outras 16 pessoas, divididas em dois grupos



Para o consumidor, esse é o principal atributo dos produtos e serviços das cooperativas paranaenses. É o que demonstra pesquisa de mercado sobre o cooperativismo e suas marcas

(oito consumidoras e oito não consumidoras) participaram do *focus group* – grupo de discussão - técnica de pesquisa qualitativa na qual os participantes opinam sobre temas propostos por um mediador.

O estudo teve por objetivo avaliar a percepção dos consumidores sobre o cooperativismo, identificando também fatores de influência na decisão de compra, conhecimento, preferência, satisfação, aceitação e rejeição às marcas das cooperativas. As entrevistas foram realizadas de 3 a 21 de junho,

de forma presencial, em supermercados de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa, Cascavel, Pato Branco e Francisco Beltrão. Da mesma forma, líderes cooperativistas foram ouvidos pessoalmente por entrevistadores, enquanto o *focus group* foi feito em Curitiba, nos dias 10 e 11 de julho, com consumidoras residentes na capital e região metropolitana. A metodologia utilizada foi a mesma de pesquisa realizada em 2017, o que permite o comparativo entre os resultados. O grau de confiança é de 95%. A

realização da pesquisa contínua foi uma das ações definidas pelos participantes do comitê de mercado do PRC 100, o planejamento estratégico do cooperativismo.

“A qualidade foi apontada como o fator principal que leva o consumidor a comprar um produto ou serviço de cooperativa. É um ponto que destaque como positivo no levantamento deste ano. Na pesquisa passada, o preço foi o motivador mais citado pelos entrevistados”, observa o diretor do Grupo Datacenso, Claudio Shimoyama. »



Foto: Ricardo Rossi/Sistema Ocepar

Pesquisa foi apresentada aos dirigentes cooperativistas durante a Reunião de Diretoria de setembro

“Em geral, as cooperativas que se destacam no levantamento são aquelas que atuam mais fortemente no varejo, com produtos destinados ao consumidor final. Outro destaque é o cooperativismo de crédito, que tem investido de forma contínua em comunicação e marketing, com alto percentual de entrevistados que lembra ter visto ou ouvido alguma propaganda de cooperativas deste setor”, avalia.

Segundo Shimoyama, que é economista e doutor em gestão de negócios pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a percepção positiva sobre o cooperativismo do Paraná segue elevada e estável em comparação à pesquisa de 2017. “Mais de 90% dos entrevistados concordam com frases que definem as cooperativas como associações de pessoas que desenvolvem atividades com base no esforço de seus cooperados, atuando nas mais diversas áreas da economia”, explica.

Um indicador a ser destacado em relação ao levantamento de 2017: subiu o percentual de entre-

vistados que afirmam considerar as cooperativas organizações sustentáveis ambiental e socialmente. “Entre os consumidores, o grau de concordância foi de 82%, ante 56% verificado na pesquisa anterior. Enquanto na amostragem de não consumidores, 79% concordam, índice que supera o percentual de 53% verificado em 2017”, ressalta.

No *focus group*, as percepções das participantes, mulheres de diversas profissões, renda e faixa etária, foram próximas ao auferido na pesquisa de 2017. “Repetiu-se

a mesma compreensão favorável da importância social e econômica das cooperativas, que apoiam e organizam pequenos produtores paranaenses e impulsionam a renda e o emprego nas regiões em que atuam. Da mesma maneira, as participantes afirmam que dariam preferência a produtos do cooperativismo, caso tivessem mais informações e os identificassem nos pontos de venda”, relata.

Conforme Shimoyama, muitos produtos de cooperativas são commodities, tais como carne de fran- >>

PRC100

Paraná Cooperativo • 100

Crescer com planejamento

O Planejamento Estratégico do Cooperativismo do Paraná, o PRC 100, foi aprovado em Assembleia Geral Ordinária (AGO) da Ocepar, em abril de 2015, com amplas discussões nos Encontros de Núcleos Regionais, envolvendo mais de 770 lideranças cooperativistas. O objetivo é preparar o sistema cooperativista para um crescimento sustentável, tendo por meta alcançar um faturamento de R\$ 100 bilhões. O plano direciona os esforços do setor para profissionalização, governança, inovação, desenvolvimento e representatividade e defesa do cooperativismo.

O PRC 100 tem cinco pilares estratégicos: Financeiro, Mercado, Cooperação, Infraestrutura, Governança e Gestão. A pesquisa da percepção de consumidores está relacionada ao pilar Mercado, visando promover a imagem do cooperativismo, desenvolvendo um portfólio de produtos e serviços com maior valor agregado.

GRAU DE INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRA (ESPONTÂNEA MÚLTIPLA)

	MOTIVOS	PARANÁ		CENTRO-SUL	NORTE	SUDOESTE	NOROESTE	OESTE
		2017	2019					
Média/alta influência	Pela qualidade dos produtos, são bem melhores por ser direto dos produtores	37%	62%	62%	70%	58%	62%	59%
	Preço melhor, mais acessível	49%	35%	32%	25%	48%	36%	37%
	Mais confiança nos produtos e nas marcas	4%	16%	6%	18%	18%	19%	17%
	Conhece a procedência dos produtos	3%	5%	3%	0%	15%	21%	11%
	Dá preferência aos produtos de cooperativas para valorizar os produtos regionais	9%	4%	0%	0%	3%	7%	7%
	Compra pelo hábito destas marcas	8%	2%	6%	3%	0%	2%	0%
	Pela variedade das marcas e produtos disponibilizados	13%	2%	6%	3%	3%	0%	0%
	TOTAL DE ENTREVISTAS	209	195	34*	40*	33*	42*	46*
Baixa influência	Hábito de comprar as marcas que já conhece	28%	51%	24%	37%	57%	59%	70%
	Compra pelo preço do produto	47%	43%	33%	63%	27%	49%	48%
	Compra sem saber se é de cooperativa ou não, vai pelo preço	11%	27%	39%	26%	43%	7%	15%
	Compra pela qualidade do produto independente de marca	27%	19%	21%	14%	24%	12%	20%
	TOTAL DE ENTREVISTAS	243	200	33*	35*	51*	41*	40*

Destaca-se o crescimento significativo do motivo de escolher uma marca de cooperativa pela **qualidade do produto**

Fonte: Datacenso

MARCAS QUE OS PARANAENSES TÊM CONHECIMENTO QUE SÃO DE COOPERATIVAS (ESTIMULADA MÚLTIPLA COM CARTÃO)

MARCAS	PARANÁ				CENTRO-SUL		NORTE		SUDOESTE		NOROESTE		OESTE	
	Cons.		Não Cons.		Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.
	2017	2019	2017	2019										
Coamo	63%	61%	58%	49%	55%	44%	51%	41%	62%	50%	77%	56%	62%	51%
Sicredi	50%	59%	46%	50%	42%	40%	57%	47%	74%	56%	58%	52%	64%	57%
Cocamar	64%	56%	63%	45%	40%	35%	59%	52%	46%	24%	85%	77%	50%	37%
Sicoob	44%	50%	43%	41%	30%	19%	55%	47%	61%	46%	46%	44%	56%	49%
Copacol	60%	54%	47%	35%	45%	30%	51%	30%	47%	38%	54%	25%	70%	54%
Frimesa	64%	52%	42%	35%	45%	32%	37%	27%	58%	28%	41%	29%	78%	58%
Coopavel	41%	44%	38%	38%	29%	24%	32%	24%	43%	46%	38%	27%	79%	68%
Sadia	33%	37%	29%	29%	37%	29%	27%	28%	36%	21%	26%	22%	57%	46%
Copagrill	-	36%	-	28%	33%	27%	29%	26%	26%	29%	44%	27%	47%	33%
Batavo	34%	36%	28%	24%	52%	39%	37%	23%	26%	18%	35%	27%	30%	12%
Perdigão	28%	33%	25%	26%	36%	30%	21%	19%	37%	25%	21%	24%	50%	34%
Seara	35%	32%	29%	26%	28%	24%	34%	26%	35%	17%	26%	22%	38%	42%
Aurora	-	35%	-	23%	40%	20%	28%	24%	43%	33%	22%	14%	41%	25%
Lar	42%	31%	35%	24%	17%	12%	10%	9%	42%	24%	12%	12%	76%	63%
Unimed	49%	30%	47%	22%	27%	25%	29%	16%	33%	24%	33%	22%	30%	22%
Cativa	31%	26%	22%	22%	13%	9%	70%	66%	20%	16%	17%	16%	9%	6%
Cresol	-	25%	-	21%	8%	7%	16%	13%	59%	53%	11%	6%	31%	25%
Tirol	27%	25%	28%	16%	32%	16%	21%	19%	28%	13%	19%	10%	26%	24%
Integrada	-	22%	-	19%	11%	7%	48%	48%	21%	8%	18%	24%	14%	7%
C. Vale	26%	23%	19%	16%	12%	7%	12%	8%	23%	16%	30%	22%	39%	28%
Cocari	34%	20%	34%	16%	9%	8%	20%	18%	12%	9%	43%	35%	16%	9%
Agrária	16%	17%	15%	17%	16%	19%	22%	22%	22%	26%	17%	13%	10%	7%
Uniodonto	20%	15%	19%	10%	17%	13%	16%	11%	11%	11%	16%	7%	13%	9%
Castrolanda	26%	13%	14%	10%	39%	32%	13%	8%	5%	4%	5%	2%	6%	4%
Uniprime	14%	13%	9%	10%	8%	8%	17%	15%	21%	9%	11%	9%	10%	10%
Alegria	-	12%	-	10%	29%	28%	11%	10%	11%	4%	4%	2%	8%	4%
Outras marcas	19%	32%	11%	26%	44%	39%	30%	25%	34%	24%	22%	14%	29%	25%
TOTAL DE ENTREVISTAS	523	508	500	507	98	104	104	100	102	101	101	100	103	102

Base: 2017 - Consumidores: 523 entrevistas; Não consumidores: 500 entrevistas.
2019 - Consumidores: 508 entrevistas; Não consumidores: 507 entrevistas.

Fonte: Datacenso

MOTIVOS DOS PARANAENSES NÃO COMPRAREM PRODUTOS DE COOPERATIVAS (ESPONTÂNEA MÚLTIPLA)

MOTIVOS	PARANÁ		CENTRO-SUL	NORTE	SUDOESTE	NOROESTE	OESTE
	2017	2019					
Não tem conhecimento se o produto é de cooperativa ou não	21%	40%	27%	43%	45%	43%	41%
Compra pelo preço do produto/ Não repara na marca e sim no preço	23%	33%	32%	33%	36%	28%	37%
Busca os produtos que já tem o hábito de consumo	12%	27%	29%	37%	22%	28%	21%
Prefere comprar as marcas que já conhece	8%	10%	15%	2%	10%	8%	15%
Não olha marca, compra conforme precisa/ Compra pelo gosto e sabor	7%	7%	5%	12%	4%	10%	2%
Pouco consumo/Mora sozinho e tem baixo consumo	15%	5%	8%	2%	7%	5%	4%
Consome pouca produtos industrializados/ Prefere produtos naturais e sem química	8%	4%	3%	2%	6%	5%	4%
Outras citações	10%	2%	3%	2%	2%	1%	3%
TOTAL DE ENTREVISTAS	523	507	104	100	101	100	102

Base: 2017 - Consumidores: 523 entrevistas.
2019 - Não Consumidores: 507 entrevistas.

Fonte: Datacenso

go, farinha de trigo e óleo de soja, entre outros, que tendem a ser considerados “iguais” nas gôndolas dos supermercados. “Ter uma marca forte e reconhecida pelos consumidores faz a diferença no momento da decisão de compra. As cooperativas já se destacam pela qualidade e preço justo. Se agregar também às suas marcas os atributos gerados pelo setor, dentre eles os benefícios sociais, ambientais e econômicos que promovem, certamente teriam uma vantagem competitiva importante”, enfatiza. “Para isso, o investimento constante em comunicação é imprescindível, com uma estratégia de médio e longo prazo buscando demonstrar aos consumidores quais são as marcas do cooperativismo e que ações o setor desenvolve em prol da sustentabilidade”, conclui.

Núcleos

Os resultados da pesquisa serão repassados aos cooperativistas durante as reuniões dos Encontros de Núcleos da Ocepar, que serão realizados de 21 a 24 de outubro, nos municípios de Prudentópolis (Centro-Sul), Cascavel (Oeste), Francisco Beltrão (Sudoeste) e Mandaguari (Norte/Noroeste). O responsável pelo levantamento, Claudio Shimoyama, participará do evento e detalhará aos participantes

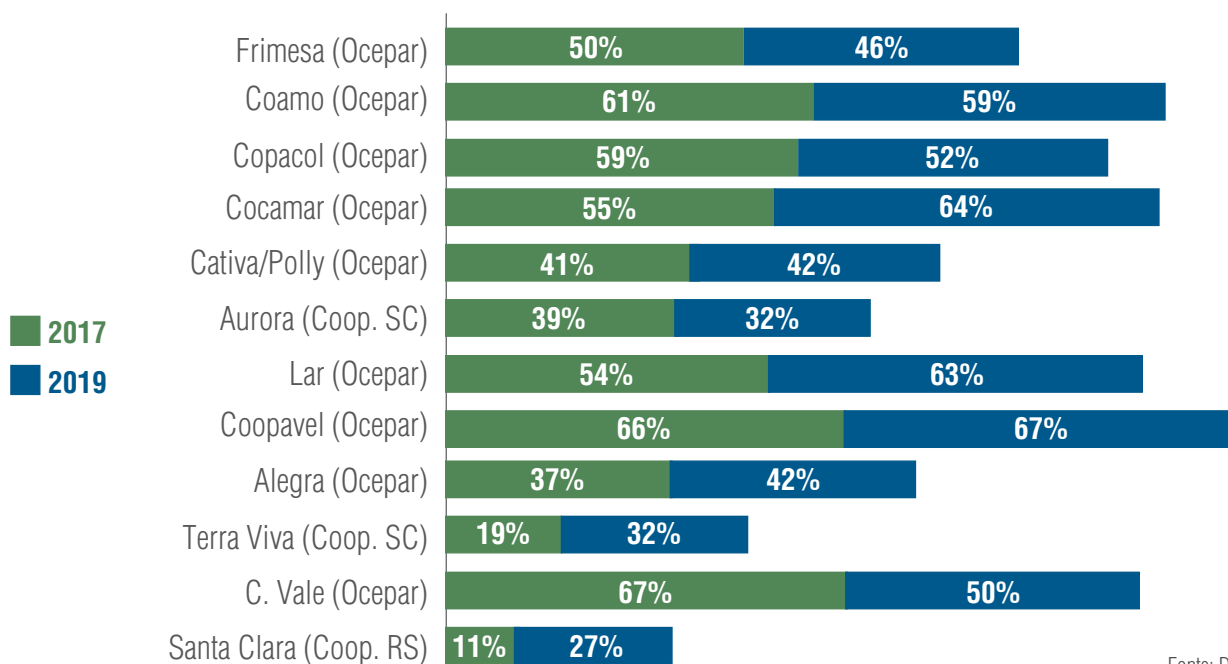
as conclusões do estudo. “Além disso, a pesquisa será debatida com as equipes técnicas das cooperativas, pois foram realizados estudos específicos considerando aspectos regionais, ramos de atuação e tipo de produtos e serviços”, explica o superintendente da Ocepar, Robson Mafioletti. “A necessidade de acompanhamento contínuo da percepção dos consumidores foi uma das prioridades identificadas nas discussões do PRC 100, o planejamento estratégico do cooperativismo paranaense, que tem o tema mercado como um de seus pilares fundamentais”, enfatiza.

Na avaliação do presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, o processo crescente de industrialização e presença no varejo das cooperativas agropecuárias, bem como a expansão da participação de outros ramos na prestação de serviços nos setores de saúde, crédito, transporte, entre outros, exige a verificação sistemática da evolução das demandas dos consumidores. “O objetivo da pesquisa é subsidiar os gestores cooperativistas com informações aprofundadas, para verificar lacunas, dificuldades e oportunidades. O mapeamento do entendimento e das necessidades dos consumidores é o ponto inicial para uma estratégia assertiva de marketing e comunicação. Sem esse

conhecimento, navega-se às cegas num mercado em transformação constante. Ao fortalecer suas marcas, as cooperativas fidelizam clientes e ampliam suas vendas,

podendo até mesmo praticar margens maiores de ganhos por produto e serviços, o que gera mais renda e agregação de valor aos cooperados”, afirma. ■

NOMES QUE VÊM À MENTE QUANDO PENSAM EM COOPERATIVA (ESPONTÂNEA MÚLTIPLA)



Fonte: Datacenso

GRAU DE CONCORDÂNCIA DOS PARANAENSES COM ALGUMAS FRASES SOBRE COOPERATIVAS (ESTIMULADA ÚNICA)

FRASES	PARANÁ		CENTRO-SUL		NORTE		SUDOESTE		NOROESTE		OESTE			
	Cons. 2017	Cons. 2019	Não Cons. 2017	Não Cons. 2019	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.	Cons.	Não Cons.		
As cooperativas são associações de pessoas que desenvolvem atividades com base nos esforços de seus cooperados.	95%	93%	92%	91%	90%	90%	89%	83%	96%	95%	93%	88%	96%	100%
Existem cooperativas nas mais diversas áreas, como agricultura, crédito, habitacional, educação, saúde, transporte, etc.	90%	92%	91%	91%	86%	89%	92%	97%	96%	94%	90%	83%	97%	94%
As cooperativas são organizações sustentáveis ambiental e socialmente.	56%	82%	53%	79%	74%	79%	83%	78%	89%	86%	80%	81%	85%	75%
As cooperativas trabalham em prol de uma sociedade mais justa.	56%	79%	49%	76%	73%	72%	78%	75%	85%	77%	84%	82%	75%	76%
As cooperativas se restringem a produtos e serviços voltados para os produtores rurais.	39%	58%	40%	62%	62%	60%	47%	59%	58%	72%	59%	58%	66%	65%
As cooperativas são entidades sem fins lucrativos, voluntárias e filantrópicas que desenvolvem ações sociais.	27%	34%	26%	38%	36%	42%	34%	42%	37%	40%	28%	36%	35%	28%

Base: 2017 - Consumidores: 523 entrevistas; Não consumidores: 500 entrevistas.
2019 - Consumidores: 508 entrevistas; Não consumidores: 507 entrevistas.

Fonte: Datacenso

SomosCoop pode

Na pesquisa quantitativa, durante a abordagem, os entrevistadores dividiam a amostragem entre pessoas que costumam consumir produtos de cooperativas e aquelas que não têm esse hábito de compra. Segundo Claudio Shimoyama, a pesquisa detectou um aumento significativo, em comparação ao levantamento de 2017, do percentual de não consumidores que afirmam não comprar produtos e serviços do setor por desconhecer que são produzidos por cooperativas. Na pesquisa anterior, esse índice ficou em 21%, saltando, em 2019, para 40%. “É um sinal de alerta que merece a atenção dos gestores do cooperativismo”, diz.

Em contrapartida, entre os entrevistados que se dizem consumidores de produtos e serviços de cooperativas, o grau de satisfação é de 96%, ante 94% auferido na pesquisa de 2017. “É um índice excelente, que cria oportunidades para a fidelização de clientes e consumidores, que podem tornar-se verdadeiros defensores e promotores das marcas do cooperativismo, divulgando-as para familiares e amigos”, observa.

Na análise do coordenador de Comunicação do

Sistema Ocepar, Samuel Zanello Milléo Filho, o desafio é definir uma estratégia de marketing que divulgue as marcas do setor e as relacione com os atributos de sustentabilidade e os princípios e valores do cooperativismo. “A essência de uma cooperativa, o que define sua identidade, é ser uma organização de pessoas que se unem para viabilizar suas atividades econômicas, obtendo mais qualidade de vida, gerindo seus empreendimentos de forma democrática, cultivando valores como equidade, transparência, honestidade, e contribuindo para o desenvolvimento das comunidades em que atuam. Esses diferenciais precisam ser melhor comunicados aos consumidores”, afirma.

Segundo Milléo Filho, o Movimento SomosCoop é uma iniciativa que pode contribuir de maneira decisiva para o fortalecimento das marcas das cooperativas, associando-as aos atributos do cooperativismo. Promovido pelo Sistema OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras, o SomosCoop tem por objetivo despertar o orgulho e o sentimento de pertencimento das pessoas ligadas ao cooperativismo, sejam cooperados, funcionários ou clientes e consumidores. O movimento também tem o importante desafio de apresentar e dar visibilidade às cooperativas, seus princípios e valores, para que o setor seja reconhecido na sociedade por sua capacidade de proporcionar impactos positivos para o país. Outro aspecto é demonstrar a qualidade dos produtos e serviços das cooperativas e o compromisso do cooperativismo com a sustentabilidade ambiental, social e econômica. “A iniciativa quer tornar mais fácil a identificação dos produtos e serviços das cooperativas junto aos consumidores. Por essa razão, foi lançado o carimbo SomosCoop, que pode ser aproveitado por cooperativas de todos os ramos, seja para aplicação em produtos manufaturados ou para ajudar a identificar serviços cooperativos, sendo usado em uniformes, espaços físicos, em veículos de cooperativas de transporte, em peças de comunicação com o consumidor, entre outras possibilidades”, explica.

As cooperativas devidamente registradas e regulares podem acessar o site do movimento SomosCoop para baixar o manual de aplicação e ter acesso a ou-



fortalecer marcas

tras informações relativas ao uso do carimbo. “No Paraná, engajar os cooperativistas no SomosCoop é uma prioridade. Vamos trabalhar para divulgar a iniciativa em toda a sociedade, buscando também a adesão de um maior número de cooperativas”, afirma o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken.

Segundo Milléo Filho, a próxima etapa da ação de engajamento ao movimento será elaborar, em conjunto com as cooperativas, uma campanha de marketing para a difusão do movimento aos consumidores paranaenses. “Diante da tendência de fortalecimento do consumo mais consciente e responsável, o carimbo SomosCoop é uma ótima forma de atrair esse novo consumidor, oferecendo a opção por produtos e serviços que carregam em si princípios mais justos e humanos”, ressalta.

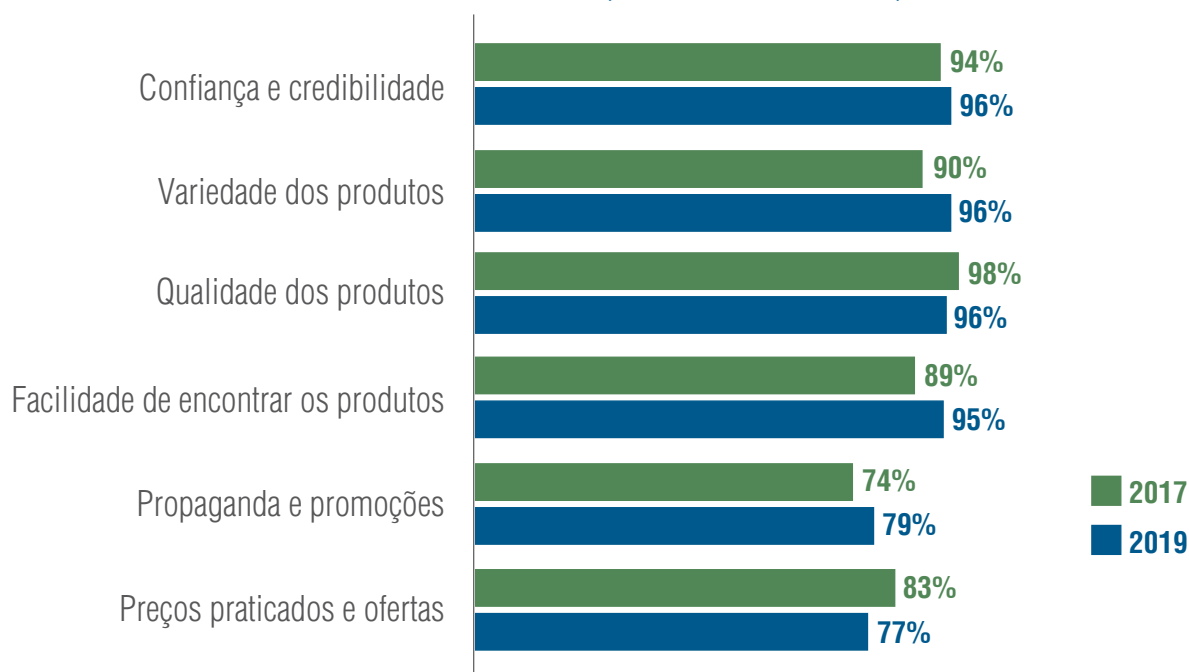
Estratégia e conscientização

A mediadora das discussões do focus group informou às participantes sobre o Movimento SomosCoop

e ouviu opiniões favoráveis à iniciativa, com a ressalva de que deve haver explicações detalhadas aos consumidores, para que a ação tenha chances de “viralizar” e promover as marcas das cooperativas. Encontrar a estratégia adequada para a difusão e engajamento (viralização) do movimento no Paraná é a missão da Ocepar e da OCB, com o apoio das cooperativas.

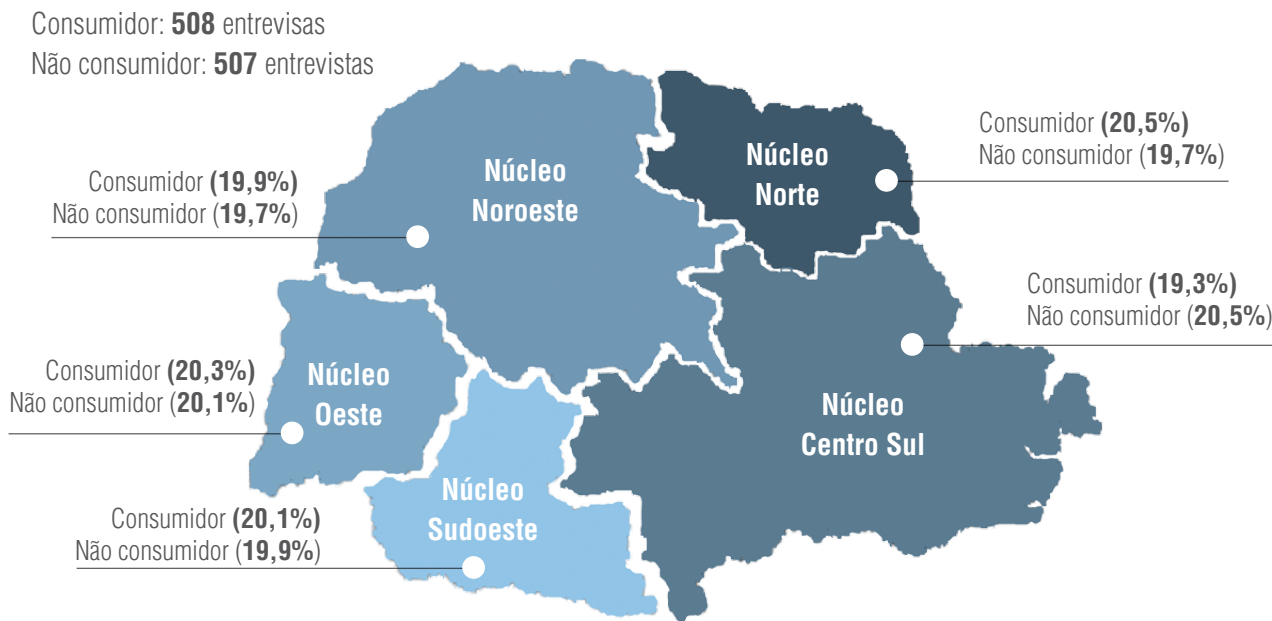
Segundo o professor Tomas Sparano Martins, do Departamento de Administração da Universidade Federal do Paraná (UFPR), a marca de uma cooperativa ou empresa é o elemento principal no processo de comunicação integrada, sobretudo na nova era da predominância dos meios digitais. “É ela (a marca) que será o centro da narrativa dos atributos tangíveis e intangíveis de um determinado produto ou serviço, expressando seus propósitos, qualidades e diferenciais. Sem uma marca forte, o produto ou serviço não se destaca entre os concorrentes, e as margens de retorno financeiro tendem a ser menores, pois, para se diferenciar, o preço praticado precisa ser mais baixo”, avalia. >>

GRAU DE SATISFAÇÃO DOS PARANAENSES COM PRODUTOS DE COOPERATIVAS (ESTIMULADA ÚNICA)



Fonte: Datacenso

DISTRIBUIÇÃO AMOSTRAL DO ESTUDO QUANTITATIVO POR PÚBLICO E REGIÃO



Fonte: Datacenso

De acordo com Martins, o processo de fortalecimento de uma marca é gradual e exige investimentos elevados e constantes. “Por isso, pegar carona numa ação conjunta como o SomosCoop pode reduzir custos e o tempo de investimento na comunicação da identidade das marcas cooperativas, pois algo que já é comunicado pelo movimento”, observa. “Associar-se ao SomosCoop segue uma lógica de ecossistemas compartilhados, que é um espaço adequado para que as cooperativas apresentem suas narrativas, demonstrando seus atributos de promoção de trocas justas e eficientes para a sociedade, em especial nos aspectos de sustentabilidade, além da contribuição ao desenvolvimento regional. Se conseguir mostrar ao público a essência de suas marcas, vai haver certamente pessoas prontas a engajar-se a este conjunto de conceitos, comprando estes produtos e serviços”, ressalta.

No entendimento do presidente da Frimesa, Valter Vanzela, a pesquisa contínua é uma ferramenta fundamental para mapear as percepções dos consumidores, que se transformam rapidamente. “Ficamos felizes de figurarmos de forma positiva na atual pesquisa realizada pela Ocepar, pois Frimesa não é uma marca que gere uma associação imediata a um nome de cooperativa. Somos uma cooperativa central que se dedica a produzir produtos destinados à mesa dos consumidores. Por isso, a marca é um ativo fundamental para fazer

nossos produtos terem aceitação no mercado”, afirma.

O dirigente considera o Movimento SomosCoop uma oportunidade para fortalecer as marcas do cooperativismo. “Vamos usar o carimbo SomosCoop nas embalagens de nossos produtos, porque consideramos um orgulho sermos identificados pelos consumidores como uma cooperativa. O movimento é iniciativa importante, mas há muito trabalho a fazer para que o carimbo seja reconhecido. Penso que a primeira ação deve concentrar-se na conscientização e engajamento do público interno das cooperativas, seus cooperados e funcionários”, ressalta.

O presidente do Conselho de Administração do Sicoob Central Unicoob, Jefferson Nogaroli, concorda que o primeiro passo para o incremento do SomosCoop deva ser dado junto aos cooperados e funcionários. “Temos mais de 20% da população do Paraná diretamente ligadas ao cooperativismo. É um público que já tem conhecimento sobre as cooperativas e pode se engajar mais rapidamente ao movimento, incorporando os preceitos da iniciativa e transferindo esse prestígio para toda a sociedade”, enfatiza. “Entendo o carimbo SomosCoop como mais uma ferramenta de suporte às marcas das cooperativas, que pode impulsionar a transmissão de nossos atributos e ganhar força, desde que seja regulado de forma eficaz, com um planejamento de médio e longo prazo”, conclui. ■

A Máquina Compacta que vem com um **parceiro** de negócios.

A solução sob medida para quem precisa de mobilidade e autonomia do seu negócio na palma da mão. Seja por chip ou Wi-Fi, a Máquina Compacta do Sicredi atende à necessidade de vendas em cartões a qualquer momento e local.



Receba suas vendas em **ATÉ 2 DIAS**



SEM ALUGUEL nem taxa de adesão. Compre em até 12x sem juros



COMPROVANTE DE VENDAS DIGITAL (SMS ou e-mail)



Gerencie suas vendas no **PORTAL DE SERVIÇOS**



FRETE GRÁTIS para todo o Brasil



WI-FI E CHIP com plano de dados grátis



NÃO PRECISA DE CELULAR para realizar vendas



VENDE RECARGA de celular

Aceita as bandeiras: Visa, Master, Elo, Hipercard, Amex, Sorocred, Banescard, Ticket, Sodexo, Alelo, Cabal Vale.

Visite uma de nossas agências para entender, comparar e comprar a sua **Máquina Compacta de Cartões.**

sicredi.com.br

SAC - 0800 724 7220 / Deficientes Auditivos ou de Fala - 0800 724 0525. Ouvidoria - 0800 646 2519.

 **Sicredi**

Foto: Ricardo Rossi / Sistema Ocepar



Produzir e preservar

O impacto das discussões ambientais no agronegócio brasileiro esteve em pauta em Curitiba. Entendimento é que debates sobre o assunto precisam ocorrer, porém, com menos ideologia e mais clareza dos fatos

por Marli Vieira

Cerca de 100 lideranças do setor cooperativista do Paraná reuniram-se em Curitiba, nos dias 5 e 6 de setembro, para o Fórum dos Presidentes do Sistema Ocepar. “A realização de fóruns é uma boa prática do cooperativismo paranaense e que deu muito certo. Profissionais de um mesmo campo de atuação se reúnem para discutir temas que interessam e impactam os negócios. O Fórum dos Presidentes segue a mesma receita”, explicou o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken. Nesta edição, o objetivo foi

focar temas transversais ao agronegócio e os reflexos que têm sobre ele, como disputas comerciais e meio ambiente. “Os presidentes de cooperativas do Paraná, em sete ramos de atividades, conduzem negócios que empregam mais de 100 mil pessoas e agregam mais de 2 milhões de cooperados. É uma responsabilidade muito grande, daí a necessidade de se manterem atualizados com tudo o que acontece no mundo”, comentou.

Ciente disso, mais uma vez o Sistema Ocepar reali-



DA **PRODUÇÃO**
AO **MERCADO**
GLOBAL E SUSTENTÁVEL

Foto: Ricardo Rossi / Sistema Ocepar

O vice-governador do Paraná, Darci Piana, falou da importância do agronegócio no estado e da preocupação que o setor tem em produzir com sustentabilidade. “No Paraná a gente produz com qualidade, eficiência, mas respeitando tudo aquilo que é determinado pela legislação ambiental. Estamos no caminho certo e não podemos perder o foco”, disse

e sucessão no campo, entre outros assuntos.

Esta edição do Fórum de Agricultura teve como temática “Da Produção ao Mercado – Global e Sustentável”. Para discutir o assunto, foram convidados especialistas de diversas entidades com atuação mundial.

A conferência de abertura, por exemplo, foi ministrada por Edwini Kessie, da Organização Mundial do Comércio (OMC). Houve ainda a participação de representantes do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), CME Group, Ministério da Agricultura, Secretaria de Estado da Agricultura do Paraná, Solar Cluster, Senai, John Deere. O cooperativismo participou do painel Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF) – Um Novo e Sustentável Sistema de Produção, conduzido pelo presidente do Conselho de Administração da Cocomar, Luiz Lourenço; e Indústria Agroalimentar – O Desafio Interdisciplinar de Abastecimento, que teve como palestrante o diretor-executivo da Frimesa, Elias Zydeck, e mediação do superintendente do Sistema OCB, Renato Nobile.

Sustentabilidade

O tema do 7º do Fórum de Agricultura foi oportuno em função do momento que o agronegócio vive, principalmente, em função da disputa comercial entre os Estados Unidos e China e do acor-

zou o Fórum dos Presidentes paralelamente ao 7º Fórum de Agricultura da América do Sul, evento do jornal Gazeta do Povo, promovido com o apoio do Sistema Ocepar. “O objetivo foi possibilitar a participação dos dirigentes nesse importante encontro da América do Sul, que discute temas que interessam ao cooperativismo e ao agronegócio, como inovação, sustentabilidade, mercado, desenvolvimento do agronegócio

O prefeito Rafael Greca, na Abertura do Fórum de Agricultura da América do Sul 2019, destacou os programas de segurança alimentar que Curitiba desenvolve, como as hortas comunitárias, as feiras orgânicas e livres, os Sacolões e Armazéns da Família e os sete Restaurantes Populares do município. “Essa visão de segurança alimentar e nutricional é o que Curitiba e o Paraná podem oferecer ao mundo”, afirmou



Foto: Lucilla Guimarães/SMCS

FÓRUM DOS PRESIDENTES

Participaram da abertura do 7º Fórum de Agricultura da América do Sul o secretário de Estado da Agricultura e Abastecimento, Norberto Ortigara; o secretário municipal de Segurança Alimentar e Nutricional, Luiz Gusi; o ex-governador do Paraná Orlando Pessuti; e Gustavo Cupertino, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. A abertura também foi acompanhada pelo presidente do Crea/PR, Ricardo Rocha de Oliveira; por Virgílio Moreira Filho, do Sistema Fiep; Renato Nobile, superintendente do Sistema OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras); e pela presidente do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), Ana Amélia Cunha Pereira Filizola



Fotos: Rikácio Rossi / Sistema Ocepar



Em Curitiba, os dirigentes participaram também da Reunião da Diretoria do Sistema Ocepar. Na ocasião, foram apresentados os resultados da pesquisa de mercado encomendada ao Grupo Datacenso para avaliar a imagem e o posicionamento do cooperativismo e suas marcas (produtos e serviços), junto aos consumidores e não consumidores paranaenses, diretores de cooperativas, compradores e/ou proprietários de canais de distribuição (PDVs). O conhecimento sobre o posicionamento do cooperativismo e suas marcas no cooperativismo paranaense é importante porque subsidia a tomada de decisão e a elaboração de um planejamento estratégico mais assertivo

do entre o Mercosul e a União Europeia. As discussões ambientais também permearam os debates, já que o agronegócio brasileiro vem sendo vinculado ao desmatamento na Amazônia.

Na avaliação do presidente do Sistema Ocepar, quem critica o agronegócio brasileiro desconhece a extensão territorial do país. Por aqui, a maior parte da produção de alimentos se concentra nas regiões centro-oeste e o sul do Brasil, ou seja, a milhares de quilômetros de distância do norte, onde está a Amazônia. “Precisamos ter consciência da missão que o agronegócio tem em abastecer o mundo com alimentos. Mas, na outra ponta, o mundo precisa reconhecer que o setor produtivo do Brasil não tem nenhuma responsabilidade com as tão citadas queimadas noticiadas pelo mundo afora. Aqui, atuamos com responsabilidade na questão ambiental”, destacou.

Representando o setor cooperativo do Paraná, que agrega mais de 170 mil produtores rurais e responde por boa parte da produção de alimentos do estado, Ricken disse que, quando o assunto é agricultura e sustentabilidade, é preciso deixar a ideologia de lado e discutir o tema com clareza dos fatos. “Temos que desmistificar algumas questões na relação entre o urbano e rural. Hoje não faz mais sentido separar o ‘produzir do preservar’, ou seja, dizer que é impossível produzir alimentos e, ao mesmo tempo, preservar o meio ambiente. É um discurso ideológico de quem nunca produziu nada. Para nós cooperativistas que respondemos por boa parte da produção de alimentos do país, a regra é produzir sempre com sustentabilidade,

e uma sustentabilidade baseada em três pilares: social, ambiental e econômico. Este é o nosso compromisso e se prevalecer a verdade, não temos o que temer”, disse. “Sabemos o que estamos produzimos e de que forma fazemos isso, e que produto estamos ofertando ao mundo. Então, menos ideologia e mais profissionalismo. Vamos ouvir aquelas pessoas que efetivamente tem uma contribuição a dar, e tem responsabilidade em relação ao que está sendo feito”, frisou.

Ricken lembrou que o país possui uma das mais rigorosas e modernas leis ambientais do mundo, e que os agricultores paranaenses cumprem as regras à risca. “Precisamos mostrar ao mundo o que o agronegócio do Paraná representa e a responsabilidade que o cooperativismo tem com isso”, afirmou. “As cooperativas paranaenses exportam para mais de 130 países e posso garantir que são produtos bons, de qualidade, com sustentabilidade e origem garantida”, completou.


Segundo o dirigente, os críticos internacionais desconhecem que a maior parte da produção de alimentos do Brasil ocorre em regiões distantes da Amazônia. “Então, o agronegócio do Paraná não precisa que ninguém diga o que ele têm que fazer. As pessoas precisam conhecer a nossa realidade e respeitar. O mundo precisa saber que 2/3 do país têm florestas intocáveis, que nunca serão desmatadas, e nem precisamos disso, porque temos tecnologia e competência para produzir uma safra gigantesca de grãos em menos de 8% da área territorial nacional.”

Encerramento

Além de acompanhar os debates do Fórum de Agricultura, os participantes do Fórum dos Presidentes participaram, no segundo dia, da solenidade de entrega do 13º Prêmio Ocepar de Jornalismo e da 2ª Feijoada Cooperativa, elaborada com produtos das cooperativas do Paraná. ■

Nós somos a Integrada.
Acreditamos no poder da
união. Nós somos agro.
Estamos no campo,
trabalhando para criar valor
e maximizar os resultados
de nossos cooperados.
Juntos, fortalecemos o
agronegócio, produzindo
mais e melhor, dia após dia,
safra após safra.

integrada.coop.br

 @cooperativaintegrada

Eu sou
cooperado.
Nós somos a
Integrada.

VENHA FAZER PARTE.



 **INTEGRADA**
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

A força da **união.**

13º PRÊMIO Ocepar de Jornalismo

Os vencedores receberam seus troféus em solenidade realizada no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba

“No campo ou na cidade somos o cooperativismo no Paraná”. Este foi o tema do 13º Prêmio Ocepar de Jornalismo, iniciativa que visa fomentar a divulgação das ações do cooperativismo e seus benefícios para os associados e comunidade. Na edição deste ano, os 14 finalistas receberam seus troféus no dia 6 de setembro, em Curitiba, durante solenidade de encerramento do Fórum dos Presidentes das Cooperativas Paranaenses, que ocorreu paralelamente ao 7º Fórum de Agricultura da América do Sul, no Museu Oscar Niemeyer (MON). Participaram da entrega do prêmio o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, o vice-governador Darci Piana, o prefeito de Curitiba, Rafael Greca, diretores da Ocepar e profissionais que integraram a Comissão Julgadora.

A 13ª edição do Prêmio registrou recorde de participações: 130 trabalhos inscritos, sendo 22 na categoria Telejornalismo; 18 em Radiojornalismo; 26 em Jornalismo Impresso; 30 em Mídia Cooperativa; 11 na categoria Especial Unimed (Ramo Saúde), e 23 na Especial Ramo Crédito. Em seus 13 anos, o concurso registrou 1.124 trabalhos inscritos e premiou 265 profissionais.

O Prêmio Ocepar de Jornalismo é promovido pelo Sistema Ocepar, com apoio financeiro da Central Sicredi PR/SP/RJ e Federação Unimed do Paraná, e apoio institucional da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná (Sindijor/PR) e do Sindicato dos Jornalistas do Norte do Paraná. Nesta edição, o prêmio totalizou R\$ 88.000,00 em dinheiro, sendo R\$ 10.000,00

Finalistas receberam seus troféus no dia 6 de setembro, em Curitiba, durante solenidade de encerramento do Fórum dos Presidentes das Cooperativas Paranaenses

Fotos: Rafael Danielewicz / Sistema Ocepar



para o 1º lugar em cada categoria; R\$ 4.000,00 para o 2º lugar e R\$ 3.000,00 para o 3º lugar. Nos dois prêmios especiais, cada vencedor recebeu R\$ 10.000,00.

O coordenador de Comunicação do Sistema Ocepar, Samuel Milléo Filho, conta que os trabalhos foram avaliados por 13 profissionais com expertise em rádio, TV e impresso. “Na avaliação do Juri foi muito difícil definir os vencedores, em função da qualidade dos materiais inscritos. A diferença de pontuação entre os melhores classificados, em todas as categorias, foi pequena. Um dos jurados chegou a comentar que o bom seria se pudessemos premiar a todos, pela qualidade dos trabalhos”, comenta.

Milléo destaca ainda que o prêmio mostra uma evolução na produção das matérias envolvendo o cooperativismo. “Notamos que, a cada ano, há uma maior riqueza de informações e entendimento do que o cooperativismo é e representa para a sociedade. Personagens cativantes ajudam a contar a história do cooperativismo no Paraná e há um zelo com a produção e escolha das imagens. Percebemos ainda uma preocupação em apresentar um texto jornalístico, e menos institucional, ou seja, com técnicas de redação que passam a informação e prendem a atenção do leitor”, conclui.

VENCEDORES DO 13º PRÊMIO OCEPAR DE JORNALISMO



TELEJORNALISMO



1º LUGAR

Veículo: CATVE – CASCAVEL

Jornalista: FERNANDA TOIGO

Repórter Cinematográfico: MARLON SHELDON MARTINS

Edição: LUIZ ZANATA E ELIANE MENDONÇA

Tema: “DE MÃOS DADAS POR UM FUTURO SUSTENTÁVEL”



2º LUGAR

Veículo: TV NAIPI – REDE MASSA - SBT

Jornalista: CRISLAINE FLORENCIO NERES

Repórter Cinematográfico: HUGO LUIS CERUTTI

Editor: ALAN ANTHERO DA SILVA

Tema: “COOPERATIVISMO TRANSFORMA”



3º LUGAR

Veículo: RPC – AFILIADA REDE GLOBO

Jornalista/Editora: DANY FRANCIELLE

GONGORA ROSA

Repórter: WILLIAN CONTE DE SOUZA

Repórter Cinematográfico: ALEX FERNANDO MAGOSSO

Tema: “INTEGRAÇÃO LAVOURA, PECUÁRIA E FLORESTA (ILPF) - INTEGRANDO CAMINHOS”



RADIOJORNALISMO



1º LUGAR

Veículo: RÁDIO BANDA B – CURITIBA

Jornalista: ANTONIO TEIXEIRA DO NASCIMENTO

Tema: “QUE HISTÓRIA É ESSA DO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO?”



2º LUGAR

Veículo: RÁDIO BANDA B – CURITIBA

Jornalista: ELIZANGELA JUBANSKI

Produtor: GEOVANE BARREIRO

Tema: “A LOGÍSTICA DE ESCOAMENTO DO COOPERATIVISMO NO CAMPO E NA CIDADE”



3º LUGAR

Veículo: RÁDIO BAND NEWS CURITIBA

Jornalista: ANA FLÁVIA DA SILVA

Tema: “COOPERATIVISMO QUE INSPIRA: PROJETO APOIADO POR COOPERATIVA DE CRÉDITO INCENTIVA JOVENS A CONSTRUIREM UM FUTURO MELHOR”

COMUNICAÇÃO



JORNALISMO IMPRESSO



1º LUGAR

Veículo: REVISTA DROPS INTERVIEW
Jornalista: NARA DYEYNNNE MARQUES CHIQUETTI ALVES
Fotógrafo: FÁBIO PITREZ
Tema: "COOPERATIVISMO ESTIMULANDO TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS"



2º LUGAR

Veículo: JORNAL DO OESTE - TOLEDO
Jornalista: ANGÉLICA MARIA
Editor: MÁRCIO PIMENTEL
Tema: "COOPERATIVAS DITAM O TOM E ASSISTÊNCIA TÉCNICA E CRIAM SINTONIA COM COOPERADOS"



3º LUGAR

Veículo: FOLHA DE LONDRINA
Jornalista: VICTOR LOPES DE MORAES
Tema: "PEQUENAS CIDADES, COOPERATIVISMO GIGANTE"



MÍDIA COOPERATIVA



1º LUGAR

Veículo: REVISTA COOPAVEL
Jornalista: JEAN CARLO PATERNO
Tema: "INTERCOOPERAÇÃO: UMA PARCERIA QUE INSPIRA O BRASIL"



2º LUGAR

Veículo: RÁDIO INFORMATIVO COAMO
Jornalista: WILSON BIBIANO LIMA
Coautores: ANA PAULA PELISSARI e ANTÔNIO MARCIO DOS SANTOS
Tema: "COOPERATIVISMO, UMA HISTÓRIA QUE VALE A PENHA CONTAR"



3º LUGAR

Veículo: REVISTA COAMO
Jornalista: ANA PAULA BENTO PELISSARI
Coautores: ANTÔNIO MARCIO DOS SANTOS e WILSON BIBIANO LIMA
Tema: "DO CAMPO À MESA"



PRÊMIO ESPECIAL CRÉDITO



Veículo: REVISTA ALDEIA
Jornalista: REJANE MARTINS PIRES
Tema: "VENTOS DA MORTE. VENTOS DA VIDA"



PRÊMIO ESPECIAL UNIMED



Veículo: TV NAIPI – REDE MASSA - SBT
Jornalista: CRISTIANE GUIMARÃES
Cinegrafista: ANDRE LUIZ GARCIA
Editor: JEFERSON BUENO
Tema: "ENVELHECER COM SABEDORIA, APOIO E SAÚDE"



PREVENÇÃO E SAÚDE BUCAL DENTRO DA SUA EMPRESA!

Escolha quem entende de cooperativas, oferecendo a garantia de condições exclusivas, produtos personalizados e a qualidade da maior **cooperativa de planos odontológicos do Brasil!**



Avaliações



Limpezas

Palestras



Atividades lúdicas
e sorteios



Participação em SIPAT



Semanas de Saúde



Acesse www.dentaluni.com.br e confira!

4007 2525

(capitais e regiões metropolitanas)

0800 603 3683

(demais localidades)

www.dentaluni.com.br

 **DENTALUNI**[®]
PLANOS ODONTOLÓGICOS

Pode sorrir. A gente garante.

ANS - nº 30448

Mercado SomosCoop em alta

Espaço contribui para dar mais visibilidade a produtos das cooperativas e fortalecer o selo SomosCoop, como sinônimo de procedência e qualidade



Fotos: Raiae Danielewicz/Sistema Ocepar

Proposta de reunir e divulgar em espaço específico os produtos é destacada por líderes cooperativistas

Durante os dias 5 e 6 de setembro, como parte da programação do Fórum dos Presidentes de Cooperativas Paranaenses, em paralelo ao 7º Fórum de Agricultura da América do Sul, produtos de cooperativas do estado, como embutidos, lácteos, farinhas, óleo de soja, margarina, arroz, feijão, carnes de aves, entre outros, foram expostos no Mercado SomosCoop, no Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba. Montado em local estratégico, o espaço foi visto por boa parte do público que participou

dos dois eventos, incluindo cerca de 100 lideranças do cooperativismo paranaense e representantes de 16 países. Além de servir de vitrine para mostrar para a sociedade a importância das cooperativas agropecuárias e seus produtos, o espaço também tem o propósito de divulgar o movimento SomosCoop, uma mobilização de âmbito nacional que visa despertar o orgulho de fazer parte de um dos modelos de negócios mais humanizados do mundo – o cooperativismo.

Para o presidente do Sistema

Ocepar, José Roberto Ricken, a associação do programa nacional SomosCoop aos produtos das cooperativas no varejo representa a garantia de benefícios aos consumidores, porque remete à rastreabilidade, o que assegura procedência e qualidade, ou seja, embute todas as etapas da produção, do campo à indústria, até chegar ao mercado. “Íntegra, portanto, um programa nacional e, em âmbito internacional, está em consonância com a missão da ACI (Aliança Cooperativa

Internacional), que visa destacar as cooperativas no mercado. No Paraná, várias cooperativas já usam o símbolo SomosCoop em suas marcas”, acentua.

O presidente da C.Vale Cooperativa Agroindustrial, Alfredo Lang, tem o mesmo raciocínio: “Vejo isso como uma grande sacada, porque SomosCoop é o indicativo de que somos cooperativas e que os produtos são avalizados por elas em relação à qualidade e, portanto, à segurança alimentar.” E classifica a iniciativa de expor os produtos no Mercado SomosCoop como grande ação de marketing. “Quando vemos os produtos das cooperativas reunidos ficamos impressionados pela quantidade, porque, isoladamente, não impacta tanto. Aqui se tem a sensação de que é realmente um mercado, que dá mais visibilidade aos nossos produtos. Então, as cooperativas estão no caminho certo, que é a transformação da matéria-prima em busca da agregação de valor.”

O presidente da Castrolanda Cooperativa Agroindustrial, Frans Borg, entende que o Mercado SomosCoop é uma iniciativa válida porque reforça a marca e os produtos das cooperativas. “As cooperativas de produção, em sua totalidade, estão no interior do estado e, muitas vezes, o consumidor conhece os produtos de prateleiras de mercado, onde não há diferenciação. Mas se o selo SomosCoop for utilizado em todas as embalagens e também se fizer uma ‘lojinha’ em eventos, o público será levado a reconhecer os nossos produtos e, com isso, relacioná-los com a natureza, com o campo, com a origem. Isso é de suma importância para os nossos produtos.”

Valorização das marcas

“É uma estratégia muito inteligente carimbar com o SomosCoop os produtos das cooperativas, que têm uma origem muito bacana e com aceitação boa pelo merca-

do. Na verdade, é um merchandising do sistema. Por isso, acredito que, a partir do momento que o SomosCoop for reconhecido e se consolidar no mercado, vamos ter um fortalecimento muito grande das marcas e também de todo o sistema cooperativo, que produz com qualidade, responsabilidade, que faz distribuição de renda, que pratica a sustentabilidade. Hoje, o mercado ainda trabalha muito com preço, mas já se percebe que ele está indo para o sistema de conceitos de produção.” Esta é a avaliação do presidente do Conselho de Administração da Cocomar Cooperativa Agroindustrial, Luiz Lourenço, que ainda defende “uma maior aproximação entre as cooperativas, valendo-se desta estratégia, em campanhas que ressaltem o conceito SomosCoop, em marketing conjunto”.

O presidente da Frimesa Cooperativa Central, Valter Vanzela, classifica como estratégia muito oportuna associar o movimento SomosCoop aos produtos das cooperativas, utilizando o Mercado SomosCoop para mostrá-los ao público. “Somos uma cooperativa que produz muitos produtos de valor agregado e que vão direto à mesa do consumidor. É evidente que quem tem um mix em torno de 450 produtos, como é o nosso caso, precisa aproveitar todas as oportu-

nidades para mostrar ao consumidor o que se tem. E aqui é uma oportunidade muito interessante, como todos os eventos da Ocepar, que representam grandes oportunidades para nós”, acentua.

Para Ricardo Silvio Chapla, presidente da Cooperativa Agroindustrial Copagrill, toda iniciativa para divulgar o movimento SomosCoop é muito importante. “Considero de extrema valia e, por isso, temos de evoluir neste sentido, mesmo porque temos de aproveitar este momento de reconhecimento do cooperativismo pela sociedade para se firmar ainda mais. E o Mercado SomosCoop, como estratégia de divulgação dos produtos e valorização das marcas, é muito importante e pode prosperar”, conceitua. E vê que, pelo conceito envolvido em seu processo, os produtos terão reconhecimento no mercado. “Percebemos que as cooperativas com mais produtos estão começando a aderir ao movimento SomosCoop, o que sinaliza que iremos ter uma gama ainda maior de produtos. Por isso, acredito que, no futuro, vamos ter uma gama de alimentos que o próprio consumidor saberá que é de cooperativa, portanto, produzido com sustentabilidade e responsabilidade, o que poderá reverter em ganho maior no mercado”, prevê. ■



Mercado: vitrine para produção das cooperativas e estratégia de fixação do conceito SomosCoop

2ª FEIJOADA

Cooperativa encerra evento



Foram servidas 480 refeições marcando o final do Fórum de Agricultura e Fórum dos Presidentes da Ocepar

A 2ª Feijoada Cooperativa marcou o encerramento do Fórum de Agricultura e Fórum dos Presidentes das Cooperativas Paranaenses, no dia 6 de setembro. Produzida com produtos de cooperativas do Paraná, a feijoada mobilizou uma equipe de 20 pessoas, cozinheiros e auxiliares, comandados pelo chef Ricardo Filizola. “Fiquei muito feliz com essa parceria, especialmente porque os ingredientes fornecidos pelas cooperativas são de excelente qualidade, o que é fundamental para preparar uma boa feijoada”, afirmou. Para que tudo estivesse pronto no almoço de sexta-feira, os trabalhos foram iniciados na quarta-feira (04/06). “Se os insumos são de qualidade, o resultado é bom e a mágica acontece”, ressalta Filizola. Durante a feijoada, foram servidas 480 refeições. Para a realização do almoço, foram utilizados 160 quilos de carne de porco da Alegria (Castrolanda, Frísia e Capal), 50 quilos de feijão da Cooperante, 20 quilos de linguiça defumada Copacol, 25 quilos de mortadela Copacol, 40 quilos de queijo Witmarsum, 30 quilos de arroz, além de 192 litros de sucos Purity (Cocamar) e 450 sobremesas da Frimesa. A 2ª Feijoada Cooperativa é resultado de um projeto de inovação, desenvolvido em 2018 pelo setor de Comunicação da Ocepar. “O objetivo é demonstrar a qualidade dos produtos das cooperativas do Paraná, numa ação complementar ao Mercado SomosCoop. Também é uma maneira de encerrar com chave de ouro um evento que recebe visitantes de várias regiões do Brasil e de outros países”, explica Samuel Z.



Feijoada com produtos de cooperativas paranaenses

O chef Ricardo Filizola comandou equipe de 20 pessoas no preparo da Feijoada Cooperativa: “Se os insumos são de qualidade, o resultado é bom e a mágica acontece”



Milléo Filho, coordenador de Comunicação do Sistema Ocepar.

O Mercado SomosCoop e a Feijoada Cooperativa são uma realização do Sistema Ocepar, com o apoio do Jornal Gazeta do Povo e das cooperativas Frimesa, Unium (Castrolanda, Frísia e Capal), Cooperante, Copacol, Cocamar, Coamo, Witmarsum, Cativa, Copagrill e C.Vale. Todos os produtos que foram expostos no estande SomosCoop, ao final do evento foram doados para a entidade filantrópica OSSA – Ordem Social Santo Anibal da Vila dos Ferroviários, Bairro Uberaba em Curitiba.

Espalhando *raízes fortes*

Da união de cafeicultores à conquista de mercados.

A história da Cocamar é feita de comprometimento com o avanço rural, desenvolvendo pessoas e levando tecnologia para a produção de mais e melhores resultados.

Afinal, a responsabilidade de alimentar o mundo, começa no campo.



Talentos acadêmicos

Programa lançado pelo Sistema Ocepar quer difundir o cooperativismo entre estudantes do ensino superior e prepará-los para atuar profissionalmente no setor

Uma iniciativa inédita do Sistema Ocepar, que conta com apoio do Sescop Nacional, quer disseminar os princípios cooperativistas no ensino superior, por meio da interação entre cooperativas e universidades. Ao mesmo tempo, a ideia é proporcionar oportunidades de estágio e trabalho nas cooperativas, preparando os acadêmicos para que futuramente eles tenham condições de atuar profissionalmente no cooperativismo, com a formação de um banco de talentos.

Esses são alguns dos objetivos do Programa Cooper Universitário, lançado no dia 10 de setembro, no Auditório Hélio Moreira do Paço Municipal de Maringá, na região noroeste do estado, com a presença de lideranças do Sistema Ocepar e de cooperativas, autoridades, representantes da área de ensino e estudantes.

O programa será implementado em parceria com a Pluricoop Cooperativa de Trabalho de

Executivos em Gestão e Treinamento, sediada em Maringá. A iniciativa conta com o apoio do Sistema OCB, Faculdades Maringá, Prefeitura de Maringá e cooperativas Cocamar, Cocari, Aurora Alimentos, Sicoob Central, Unicoop, Sicoob Metropolitano, Unicampo e Unimed Maringá.

Na solenidade, o diretor do Sistema Ocepar e presidente do Conselho de Administração da Cocamar, Luiz Lourenço, destacou o momento histórico, citando que “o programa será um novo marco do cooperativismo paranaense”.

“Vamos começar o Cooper Universitário no Paraná, com o propósito de que ele seja levado para todo o país”, afirmou o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken. Ele comentou que em Maringá há nove cooperativas, das quais duas de produção, três de crédito, duas da área de saúde e duas de profissionais de trabalho, que geram 5.158 postos diretos de

trabalho. Na região, as cooperativas proporcionam 23 mil empregos e, em todo o estado do Paraná, 105 mil. “O crescimento da oferta de empregos nas cooperativas paranaenses é de 6% em média ao ano”, havendo segundo ele, uma movimentação de profissionais ao redor de 10%, o que equivale a cerca de 10 mil vagas. “Eu não conheço nenhum outro setor no estado que ofereça tantos empregos como as cooperativas”, frisou o presidente, salientando que o programa “talvez seja a primeira oportunidade como profissional que o participante tenha na vida”.

O vice-prefeito de Maringá, Edson Scabora, também participou da abertura, elogiando a iniciativa e dizendo ser necessário “levar à academia as ideias que são aplicadas aqui fora”. Comentou que os realizadores do programa podem contar com a prefeitura e finalizou lembrando que a colonização de Maringá, ocorrida há mais de 70

anos, com famílias adquirindo pequenas propriedades rurais, exigiu que elas cooperassem entre si para vencer suas dificuldades.

“Um legado para o cooperativismo” foi o tema da palestra da especialista em Recursos Humanos e inspiradora do programa, Mariza Trindade Bica Viana. Ela lembrou que em 1979 conheceu o cooperativismo e seu envolvimento com o setor aconteceu no ano seguinte. Em 1999, com a implantação do Sistema S no cooperativismo, a ideia seguiu adiante e, em 2000, realizaram-se os primeiros estudos no Sescop Nacional, mas a experiência pioneira com uma faculdade se deu em 2006. Em 2017, o Sistema Ocepar abraçou o programa, que foi lançado no ano seguinte, no Fórum de RH, em Maringá, sendo apresentado em 2019 no 14º Congresso Nacional de Cooperativismo (CNC), em Brasília.

“Estamos vivendo um momento com trabalho e sem emprego”, disse Viana, citando que o cooperativismo oferece uma capacitação humanista e não excludente, uma vez que os empregos no setor só estão aumentando. E finalizou: “O Cooper Universitário é um filho que agora segue seu caminho, pois as cooperativas precisam de pessoas capacitadas”.

Em sua participação, Adriana Pierini, diretora-executiva da

Pluricoop, explicou que inicialmente o programa será realizado com o envolvimento de universidades e cooperativas da região de Maringá. Além de ampliar o conhecimento sobre o cooperativismo entre as instituições de ensino superior e estudantes universitários e capacitar os acadêmicos para ocupar as vagas de estágio e de trabalho nas cooperativas paranaenses, o Cooper Universitário tem como meta disponibilizar uma plataforma de talentos onde os participantes do programa poderão manter o currículo atualizado à disposição das oportunidades que surgirem no setor.

Painel

No evento de lançamento do Cooper Universitário foi ainda realizado o painel “Construindo um futuro cooperativo”, com José Roberto Ricken, João Paulo Koslovski, ex-presidente da

Ocepar, e Leonardo Boesche, superintendente do Sescop/PR. Na oportunidade, Koslovski dirigiu uma mensagem aos estudantes. “Façam as coisas bem feitas, não tenham medo de errar, sejam curiosos e participativos, aprendam a ler, ampliem o conhecimento, sejam humildes e prestativos, ensinem (quem ensina, semeia), sejam éticos, honestos e corretos no agir, sejam bons ouvintes sem se omitirem; não reinventem a roda, sejam prudentes, tenham respeito e tolerância a opiniões, despertem a criatividade e inovem, sejam e deem exemplo; lembrem-se que sorte e profissionalismo andam juntos; a determinação em fazer acontecer faz a diferença; adotem a cooperação e a solidariedade como bússola.” ■

Uma plataforma de talentos será disponibilizada aos alunos para que eles possam manter os currículos atualizados à disposição das vagas que surgirem nas cooperativas



Reconhecimento

Ao final da solenidade, foram entregues troféus, em reconhecimento pelo apoio ao Programa Cooper Universitário, a Edson Scabora (vice-prefeito de Maringá), João Paulo Koslovski (ex-presidente do Sistema Ocepar), Amaury Meller Filho (diretor da Faculdade Maringá), Mariza Trindade Viana (inspiradora do programa Cooper Universitário), Geâne Nazaré Ferreira (gerente de desenvolvimento social de cooperativas do Sescop Nacional), Luciano Pereira Santos (chefe do Núcleo Regional de Ensino de Maringá), Luiz Lourenço (diretor do Sistema Ocepar e presidente do Conselho de Administração da Cocamar), Cleide Aparecida Bulla (presidente da Pluricoop), Luciano Ferreira Lopes (presidente da Unicampo), José Maria Bueno (Sicoob), Vilmar Sebold (presidente da Cocari), Luiz Ajita (presidente do Sicoob Metropolitano), Fabiano Silva Dal Magro (representante da Aurora Alimentos), Giovana Brites (Unimed Maringá), José Carlos Barbieri (Faculdade Cidade Verde) e José Roberto Ricken (presidente do Sistema Ocepar).



Valorização e integração

Encontro reuniu 60 profissionais de cooperativas do Paraná e teve como tema principal o incentivo à cultura da inovação

Promover a integração e valorização do secretariado do cooperativismo paranaense, proporcionando a construção de uma nova visão sobre as mudanças que estão acontecendo no mundo e o impacto na vida das pessoas e nas relações laborais. Esses foram os objetivos do Encontro Estadual do Secretariado Cooperativista, realizado no Hotel Confiance, em Curitiba, nos dias 26 e 27 de setembro. O evento, que reuniu cerca de 60 profissionais de cooperativas do Paraná, foi aberto pelo superintendente da Federação e Organização das Cooperativas do Paraná (Fecoopar), Nelson Costa, e pelo coordenador de Desenvolvimento Cooperativo do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop/PR), Leandro Macioski.

A analista de Cooperativismo do Sescoop/PR, Ketlyn Zipperer Mali, explica que o Encontro de Secretariado é realizado anualmente com o objetivo de destacar e valorizar a importância dessa categoria profissional que atua numa área estratégica da cooperativa. “Cada ano é trabalhado um tema diferente e inerente à atividade desse público. Em edições anteriores, já tratamos de comunicação e marketing pessoal. Este ano o foco é inovação, tema que está alinhado ao movimento que o Sistema Ocepar está promovendo no estado, no sentido de fomentar a cultura da inovação no setor cooperativista”, explica a analista. A programação do evento incluiu, no primeiro dia, o Workshop Exercitando a Inovação e a Empatia, com a consultora Paula Abbas, professora titular de inovação e Design Thinking na Pós-graduação em Gestão Estratégica do Design na UEL (Universidade Estadual de Londrina). No segundo dia do Encontro, houve palestra sobre a atuação do Sistema Ocepar, ministrada pelo coordenador Leandro Macioski, e, em segui-

Fotos: Marilí Vieira/Sistema Ocepar



Secretárias atuam numa área estratégica das cooperativas



Encontro destacou o papel destes profissionais num contexto de inovação e transformações nas relações laborais

da, o consultor Marcelo Karam encerrou as atividades do evento com a palestra “saber cuidar-se”.

“As profissionais de secretariado exercem uma função vital nas estruturas organizacionais das cooperativas. É importante que tenham oportunidades constantes de qualificação, abrindo espaço para que discutam os desafios de sua área de atuação. O Encontro proporciona também a possibilidade de intercâmbio entre as secretárias de distintas regiões e ramos do cooperativismo”, afirma Nelson Costa, superintendente da Fecoopar. ■

CORRETORA DE SEGUROS UNIPRIME:

Segurança para você aproveitar o melhor da vida.



Seguros e Previdência

A Uniprime é uma Cooperativa que entende a realidade de cada família Cooperada e sabe o quanto é importante sentir-se seguro em cada uma de suas conquistas. E foi para maximizar esta segurança e tranquilidade, que o Sistema Uniprime criou a sua própria Corretora de Seguros. Para proteger tudo aquilo que é importante e abrir portas para seus novos sonhos.

Conheça as categorias de seguros já disponíveis.



AUTOMÓVEL



RESIDENCIAL



EMPRESARIAL



VIDA



PREVIDÊNCIA
PRIVADA



SEGURO
PROFISSIONAL



SEGURO
VIAGEM



 Facebook:
uniprimealliance

 Instagram:
uniprime_alliance

Sede Administrativa | Cascavel | 45 3333 2900
Agência Mato Grosso | Cascavel | 45 3220 3600
Agência Green | Cascavel | 45 3220 3300
Agência Foz | Foz do Iguaçu | 45 3521 2200
Agência Francisco Beltrão | Francisco Beltrão | 46 3905 1200

uniprimealliance.com.br



Conexão Frencoop



Foto: Guilherme Karidel / Sistema OCB

Cooperativas mostram seus produtos no Congresso

Que tal um cafezinho diferente? E uma boa xícara de leite? Também pode ser um suco! Foi isso que a Frente Parlamentar do Cooperativismo, com o apoio da OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), ofereceu para aqueles que passaram pelo Hall da Taquigrafia do Congresso Nacional, em Brasília, entre os dias 3 e 5 de setembro. A degustação de produtos de cooperativas agropecuárias teve o objetivo mostrar o quanto o cooperativismo está presente na vida dos brasileiros e também divulgar o movimento SomosCoop.

Ao todo, 19 cooperativas participaram da ação: Castrolanda, Cativa, Frimesa, Frísia, Witmarsum, Coocapec, Coaabriel, Coopfam, Cooxupé, Agrocoop, Expocaccer, Minasul, CooperRita, Cemil, Coopatos, Fecovinho, Nova Aliança, Garibaldi e Cooperativa Vinícola Aurora. “Iniciativas como essa são essenciais para mostrarmos à sociedade que o cooperativismo está muito mais presente na vida das pessoas do que elas imaginam. Da hora que a gente levanta até a hora que vamos dormir, consumimos produtos ou serviços de cooperativas. Isso é um fato!”, ressaltou Márcio Lopes de Freitas, presidente da OCB.

Subcomissão avalia uso de defensivos em lavouras

Um dos temas mais discutidos no agronegócio é a política de pesticidas adotada pelo governo Bolsonaro. Para aprofundar os debates, foi criada na Câmara dos Deputados uma Subcomissão Especial para avaliar os processos de deferimento de registro de defensivos agrícolas.

No último dia 11 de setembro, a deputada Aline Sleutjes (PSL/PR) foi eleita vice-presidente dessa subcomissão que, ao final de um período de 180 dias, vai produzir um relatório para subsidiar os membros da Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural (CAPADR), em relação a eventuais iniciativas a respeito da matéria. “Esse tema será debatido com imparcialidade e com base em informações técnicas. Traremos empresas, ambientalistas e qualquer um que venha somar à discussão. Serão feitas também audiências públicas”, afirmou Aline.

Segurança no campo

A deputada federal Aline Sleutjes apresentou o Projeto de Lei 5.040/2019, que propõe aumentar a pena em casos de invasões de propriedades rurais. Hoje a pena para esse tipo de crime é de 1 a 4 meses de detenção. A proposta do PL é aumentar a pena para 1 a 4 anos de reclusão. Se a invasão for em terra produtiva, a pena aumenta em 1/3, mais multa.

Reforma tributária

A deputada apresentou também emenda para a Reforma Tributária, para garantir os créditos presumidos e regimes de suspensão da contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS para o agroexportador. “Esta emenda contribui para a competitividade dos produtos brasileiros no mercado internacional, pois elimina os resíduos tributários que se acumulam quando no processo há o envolvimento de agentes pessoas físicas e não contribuintes”, disse.



Foto: Assessoria parlamentar

Um dos principais canais de representação e negociação para o cooperativismo é a Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), grupo formado por deputados e senadores que defendem os interesses das cooperativas no Congresso Nacional. Os parlamentares da Frencoop são responsáveis por apresentar leis favoráveis ao cooperativismo e desenvolver o diálogo com os poderes Executivo e Judiciário



Câmara aprova projeto que cria Pagamento por Serviços Ambientais

O plenário da Câmara dos Deputados aprovou, no dia 3 de setembro, o projeto (PL 312/2015) do deputado Rubens Bueno (Cidadania-PR) e do ex-deputado Arnaldo Jordy (Cidadania-PA) que cria a Política Nacional de Pagamento por Serviços Ambientais (PNPSA). A matéria ganhou prioridade em meio à crise causada pelo aumento do desmatamento e dos incêndios na Amazônia.

A gestão da política da PNPSA ficará a cargo do Ministério do Meio Ambiente por meio do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama). Para fiscalizar o cumprimento dos contratos e o cuidado com o meio ambiente, será criado um cadastro nacional com informações de todas as áreas participantes do programa e das áreas ambientais da União, estados e municípios. O pagamento poderá ser feito em dinheiro ou em melhorias à comunidade.



Deputados debatem projetos sobre pesticidas

O Projeto de Lei 6.299/02, que trata do uso de defensivos agrícolas, esteve em discussão na Câmara dos Deputados, no dia 16 de setembro. Quem presidiu a sessão foi o relator do projeto, o deputado Luiz Nishimori (PL-PR). Ele ressaltou que, antes de chegar ao plenário da Câmara, esse projeto foi discutido por mais de dois anos numa comissão especial. Na avaliação do parlamentar, a legislação atual está obsoleta, por isso há a necessidade de se debater o tema. “O projeto irá possibilitar maior produtividade nas lavouras e também oferecer à sociedade alimentos com preço acessível”, declarou.

Segundo ele, a intenção é dar celeridade para o trabalho de análise dos produtos, desburocratizando o processo. “A demora impede que produtos mais modernos cheguem ao mercado. Temos uma fila de mais de 2 mil produtos, sendo que a maioria são genéricos”, disse. Ele afirmou que o tempo atual para obtenção de um registro pode chegar a oito anos..



Suinocultura entra na pauta de trabalho dos parlamentares da Frencoop

Cerca de 250 suinocultores participaram do encontro de suinocultores de Toledo e região, realizado em agosto, na Associação Primato, e promovido pelo deputado federal José Carlos Schiavinato, integrante da Frencoop, em parceria com a Assuinoeste e a Primato Cooperativa Agroindustrial. O objetivo foi discutir as perspectivas da suinocultura no mercado nacional e internacional e políticas públicas. “Este Fórum faz parte de um plano que inclui uma série de ações de capacitação técnica e valorização do suinocultor”, disse.

Outro ponto que vem sendo tratado pelo parlamentar é a destinação final das carcaças de animais mortos por causas naturais nas propriedades rurais. De acordo com Schiavinato, o grupo de trabalho formado pelo Ministério da Agricultura concluiu os estudos e elaborou uma Instrução Normativa que estabelece as regras para essa atividade. O texto está agora em Consulta Pública e aberto para apreciação e para receber opiniões técnicas.





Foto: Assessoria Parlamentar

Emendas querem proibir aumento de tributos

O deputado federal Sérgio Souza (MDB-PR), secretário-geral da Frencoop, apresentou três emendas à Reforma Tributária (PEC 45) que tramita na Câmara dos Deputados. A primeira pretende manter a carga tributária no mesmo patamar atual, e a segunda trata da manutenção do direito de não tributar a exportação com a garantia de restituição dos créditos tributários. “Queremos deixar claro que a Constituição Federal não permite que se exporte impostos”, disse.

De acordo com ele, a essência da reforma é de reorganização dos tributos para diminuir a burocracia. “Não podemos permitir taxação das exportações e nem aumento da carga tributária do setor agrícola, isso aumentaria o custo de produção”, afirmou Souza. A terceira emenda se refere a criação de uma Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (Cide) para incentivar o desenvolvimento do agronegócio, agregando valor à produção. “A ideia é que os governos municipal, estadual e federal criem instrumentos temporários de contribuição para financiar a pesquisa”, esclareceu.

Projeto propõe indenização por uso de propriedade rural

A Comissão de Constituição, Justiça, Cidadania da Câmara dos Deputados (CCJC) aprovou, no dia 24 de setembro, em votação simbólica, o projeto que estabelece indenização por uso de propriedade rural para implantação de linha de transmissão ou distribuição de energia elétrica (PL 41/2015). Agora, o texto segue para o Senado.

O relatório na comissão é de autoria do deputado Pedro Lupion (DEM-PR), que deu parecer favorável à constitucionalidade do texto. Segundo Lupion, o procedimento hoje é unilateral. “Favorece as empresas de distribuição e transmissão, que acabam concedendo indenizações ínfimas, principalmente, aos agricultores mais modestos e que têm menos condições de enfrentar essas questões na Justiça”, afirmou. O deputado explicou ainda que esse processo entre produtores e empresas transmissoras, conhecido como “servidão administrativa”, é normalmente obtido via contrato, e que cabe à União legislar sobre tais instrumentos.



Foto: Agência FPA


Criação da Frente Parlamentar da Primeira Infância na ALEP


A deputada federal Leandre Dal Ponte (PV-PR) entregou um ofício ao presidente da Assembleia Legislativa do Paraná (ALEP), Ademar Traiano, sugerindo a criação da Frente Parlamentar da Primeira Infância no Legislativo estadual. Leandre, que é presidente da Frente Parlamentar Mista da Primeira Infância e integrante da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), apresentou a sugestão em parceria com o deputado estadual, Subtenente Everton (PSL). O objetivo, segundo os proponentes, é realizar um trabalho em defesa da primeira infância com sinergia entre as esferas estadual e federal. A reunião foi realizada no dia 24 de setembro, no gabinete do presidente da Assembleia, Ademar Traiano, que apoiou a criação da frente.



Foto: Assessoria Parlamentar

Lançamento

 www.cvale.com.br

 [/cooperativacvale](https://www.facebook.com/cooperativacvale)



Qualidade se coloca
na mesa com C.Vale.

Experimente a Posta de Tilápia C.Vale!





Crédito para quem se preocupa com o amanhã

A Uniprime Alliance está oferecendo condições especiais para os interessados em investir em projetos sustentáveis, como sistemas de energia limpa

Com agências em Cascavel, Foz do Iguaçu e Francisco Beltrão, nas regiões oeste e sudoeste do Paraná, a Uniprime Alliance desenvolve ações concretas visando estimular profissionais e empresas cooperadas a incorporar a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente ao seu dia a dia.

Desde abril de 2012, quando entrou em vigor a resolução da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), que regulamenta a geração de energia pelo consumidor, o número de sistemas fotovoltaicos cresceu exponencialmente. Em dezembro de 2018, o Brasil tinha 48.613 sistemas de energia fotovoltaica instalados, com previsão de chegar a 2024 com 887.000 sistemas de energia solar.

“A transição para uma economia inclusiva e de baixo carbono é um processo gradativo, que inclui pequenos gestos da própria instituição, como a substituição de copos plásticos por cerâmica, reciclagem de papéis e a geração de energia solar, mas se complementa com projetos de maior envergadura, como o Ecoprime. É uma iniciativa pioneira, que oferece crédito em condições especiais, para investimentos em equipamentos,

veículos elétricos ou híbridos e tecnologias na área de energia renovável ou alternativa”, explica a presidente do Conselho de Administração, a médica Maryam Olympica Yasbick Spricido.

Entre os principais atrativos destaca-se a possibilidade de redução em até 95% da fatura mensal de energia, além de estar contribuindo com a sustentabilidade dos recursos naturais de nosso planeta.

Devido à expansão de fornecedores e especialistas neste setor, os custos de placas fotovoltaicas, inversores e demais insumos diminuíram consideravelmente nos últimos anos, abreviando o retorno do investimento realizado. Segundo a Aneel, o tempo médio de recuperação do investimento é de aproximadamente seis anos. Mas pode até ser inferior.

Acompanhando esta evolução, a Uniprime disponibiliza aos seus cooperados condições extremamente favoráveis para a aquisição e instalação destes sistemas de energia limpa. A linha de crédito especial Ecoprime apresenta uma das taxas de juros mais baixas do mercado. Além de apoiar o cooperado na redução de seus custos mensais de energia, a cooperativa está contribuindo para redução de CO2.

Segundo a presidente do Conselho de Administração, a demanda por crédito na linha Ecoprime tem superado as melhores expectativas. “Até o início de setembro, já tínhamos alcançado a meta em volume de operações e recursos para todo o exercício”, informa. ■



Foto: Assessoria Uniprime Alliance

Exemplo que vem de casa: agência da cooperativa em Cascavel gera sua própria energia



**A VITALIDADE DO CAMPO
TEM TECNOLOGIA E
FORÇA NO NOME**



**RAÇÕES FIBRA
EQUINOS
POTROS
TROPEIRA
EQUILÍBRIO
ATLETA**

UM PRODUTO  **Bom Jesus**
Cooperativa Agroindustrial

somos
COOP

Inovação e transformação digital

Sicoob Unicoob é um dos fundadores da Plug and Play no Brasil. Trata-se da maior aceleradora de startups do mundo e a parceria deve proporcionar novas oportunidades ao sistema

O Sicoob Unicoob, ligado ao maior sistema financeiro cooperativo do Brasil, firmou parceria com a Plug and Play, a maior aceleradora de startups do mundo, sediada no Vale do Silício, nos Estados Unidos. O sistema está entre os sócios-fundadores do primeiro escritório da empresa no Brasil, inaugurado no dia 18 de setembro, em São Paulo (SP).

A participação na aceleradora garantirá ao Sicoob Unicoob o acesso a uma grande rede de startups, que podem colaborar para o alinhamento dos processos internos e contribuir para um atendimento cada vez melhor aos cooperados.

O diretor de Serviços e TI do Sicoob Central Unicoob, Emerson Iten, destaca que na aceleradora da Plug and Play começaram histórias de sucesso, como Pay Pal, Dropbox, SoundHoud e Lending Club. Portanto, ele acredita que a parceria será fundamental para acelerar o processo de inovação e transformação digital do sistema, que atualmente é formado por 18 cooperativas filiadas.

“Estaremos diretamente ligados às melhores startups do mundo, vamos explorar novas e importantes oportunidades. Além disso, teremos a oportunidade de acompanhar de perto o ecossistema de inovação do Brasil e do Vale do Silício, identificando e aplicando soluções de vanguarda para os nossos associados”, explica.

A ideia da parceria entre o Sicoob Unicoob e a Plug and Play surgiu a partir do Comitê de Inovação, que foi criado em 2018, quando o sistema definiu seu novo planejamento estratégico e declarou o propósito de “humanizar as relações financeiras”.

Formado por profissionais que ocupam cargos de liderança nas cooperativas e na Central, o grupo tem como objetivo discutir ideias e formas de inovar no cooperativismo financeiro, buscando mudar para encantar cada vez mais os cooperados.

“Muito mais do que a adoção de novas tecnologias,

Foto: Assessoria Sicoob



Expectativa é de que o trabalho conjunto resulte em soluções diferenciadas para os processos internos e contribua para aprimorar o atendimento aos associados

é preciso mudar a forma de encarar o seu negócio, seus cooperados, o mercado e oferecer a todos soluções que os surpreendam e os entusiasmem. Isso é inovação. E é isso que buscamos com a parceria que fechamos com a Plug and Play”, ressalta o diretor de Gestão do Sicoob Central Unicoob, Marcio de Souza Gonçalves.

Para o primeiro ano, a Plug and Play Brazil irá executar dois programas, um deles focado em Foodtech (cadeia de alimentos) e Agritechs (agronegócio) e o outro em Fintechs (sistema financeiro), auxiliando startups destes segmentos de todo o mundo a adentrar nesses mercados.

“As cooperativas financeiras desempenham um papel fundamental nas economias locais dos países da América Latina, pois atuam como uma estrutura vital de poupança e crédito para um vasto número de pessoas. A aliança entre Sicoob Unicoob e Plug and Play permitirá que a inovação se torne uma ferramenta que possibilitará à entidade construir relacionamentos mais confiáveis com seus membros”, afirma Saeed Amidi, CEO e fundador do Plug and Play Tech Center. ■

Aumento de 900% em financiamentos

Esse foi o percentual de crescimento alcançado pelo Sicredi, entre 2017 e 2019, com as operações de compra de equipamentos de energia solar, nos estados do Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro

Em 2018, o Sicredi financiou R\$ 232 milhões em 2,7 mil operações de compra de equipamentos de energia solar em todo Brasil. A quantidade é cerca de oito vezes superior ao registrado no ano anterior pela instituição financeira cooperativa.

Nos estados do Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro o crescimento das operações foi ainda mais significativo, passando de 62 contratações de financiamento em 2017 para 1.337 até julho de 2019. Em volume, os recursos financiados para compra de equipamentos para geração de energia solar passaram de R\$ 8 milhões em 2017 para R\$ 80 milhões em 2019, nos três estados - um crescimento de 900%. E a tendência vem se confirmando. Apenas no mês de julho deste ano, o Sicredi concedeu R\$ 17 milhões em recursos no Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro.

Alguns desses projetos já saíram do papel: "Temos inúmeros exemplos de projetos bem-sucedidos de energia solar. Muitas empresas e agricultores perceberam a

possibilidade de reduzirem os seus custos ao investirem nesse tipo de iniciativa. Como instituição financeira cooperativa, o Sicredi auxilia o associado a encontrar as melhores soluções e, sem dúvida, esse novo modal de energia é uma ótima alternativa", afirma o gerente de Desenvolvimento de Negócios da Central Sicredi PR/SP/RJ, Gilson Nogueira Farias.

Outra modalidade de destaque é o consórcio para compra de painéis solares. Nacionalmente, existem 14.824 cotas ativas em grupos específicos de energia renovável, somando R\$ 629 milhões em carteira até junho deste ano. Apenas no Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro este número é de 4.824 cotas, totalizando R\$ 200,66 milhões em cartas de crédito para este segmento.

Case de sucesso

Em Realeza, no sudoeste do Paraná, o apoio financeiro do Sicredi resultou na criação de uma das maiores plantas de energia solar do Brasil. A família proprie-

tária da empresa buscou apoio na cooperativa Sicredi Fronteiras PR/SC/SP, que atua na região, para adquirir duas mil placas fotovoltaicas, que cobrem 70% da área total da indústria, visando reduzir em 50% os quase R\$ 200 mil gastos ao mês com a conta de energia. Com o projeto, a empresa Baterias Real entrou no ranking das cinco maiores plantas industriais para captação de energia solar no país e a segunda do Paraná.

Consolidação

Dentro do Sicredi, os financiamentos voltados à energia solar estão em uma linha de crédito específica para a aquisição das tecnologias (equipamentos, softwares e serviços) para pessoas físicas ou jurídicas. Em relação ao consórcio sustentável, eles podem ser direcionados à aquisição e instalação de geradora de energia solar ou eólica, aquecedores solares para água, equipamentos, de iluminação de LED e outros equipamentos com prazo de até 120 meses. ■

Unimed Paraná completa 40 anos

A Federação é o resultado do sonho e suor de todas as pessoas que, de algum modo, ajudaram a construir sua história



Ao longo do ano estão sendo realizadas várias atividades para celebrar as quatro décadas da entidade, incluindo homenagens às pessoas que fizeram parte dessa trajetória

A Federação das Unimed do Estado do Paraná nasceu em 18 de agosto de 1979 já com grandes propósitos, entre eles o de promover o desenvolvimento e o fortalecimento da marca Unimed no estado. Atualmente, completando 40 anos, ocupa papel de destaque na comunidade e se consolida como referência na área da saúde e no cooperativismo.

Ao longo do ano de 2019, em um clima festivo, diversas iniciativas têm sido desenvolvidas para comemorar esse aniversário junto aos diferentes públicos. São ações de saúde para a população na comunidade ao seu entorno, atividades e celebrações com seus colaboradores e dirigentes do estado, bem como homenagens a quem fez e faz parte dessa história.

Ao falar sobre esses 40 anos, o presidente da Unimed Paraná, Paulo Faria, destacou que poder trabalhar na gestão de um Sistema que presta papel de enorme importância para a população é desafiante e muito compensador. “Óbvio que nosso foco são os nos-

so médicos e clientes, mas o fato de sermos cooperativa, aproximamos e nos coloca nas questões do dia a dia de nossa comunidade, fazendo com que a preocupação com o entorno seja também um ponto importante.”

Para ele, “quem conhece o Sistema Unimed, de fato, se apaixona e percebe que não é meramente uma entidade que presta serviços e tem remuneração financeira, mas é algo muito maior. Aquilo pelo qual lutamos faz brilhar os olhos de qualquer um que tenha como foco a saúde. Que lide com o cuidado do outro. A Unimed precisa de pessoas que possam contribuir, promover melhorias, buscar a excelência, uma meta que deve ser diária. Para os que ainda vão chegar ao Sistema, meu desejo é que busquem preservar e elevar as conquistas, os valores, o propósito e o conceito de nossa empresa cooperativa. Lógico que, para sobreviver, uma cooperativa, apesar de suas peculiaridades, como qualquer empresa, precisa obedecer a ditames do mercado, mas seu pro-



pósito também inclui a construção de uma sociedade melhor. O nosso objetivo é proporcionar aos clientes uma assistência de qualidade e aos médicos um trabalho sempre digno e que seja assim pelos próximos 40 anos”.

O Sistema Estadual é composto por 23 Unimed: a Federação e suas 22 singulares, e carrega a confiança de mais de 1,5 milhão de beneficiários no estado - equivalente a 14% de sua população; cerca de 11 mil médicos-cooperados e 6 mil colaboradores diretos, que acreditam na integridade, qualidade e valores com os quais exerce sua atividade. ■

COAMO

meta

35ª MAIOR EMPRESA DO BRASIL

Na **Coamo**, a força da união traz grandes resultados.

Ser a Maior Empresa do Paraná e 35ª maior do Brasil é motivo de muito orgulho para nós.

No Especial Melhores e Maiores 2019 da Revista Exame, a Coamo está em destaque entre as maiores, sendo a **35ª Maior Empresa do Brasil**.

Esta grande conquista é a recompensa pelo esforço de uma grande força de trabalho: mais de 120 mil pessoas, entre associados, colaboradores e familiares, que com espírito cooperativista cumprem fielmente sua missão de produzir alimentos com qualidade e sabor para o Brasil e para o mundo.



COAMO
AGROINDUSTRIAL COOPERATIVA

Coamo, forte como o homem do campo.
www.coamo.com.br

LEGISLAÇÃO EM DEBATE

O Sistema Ocepar promoveu, no dia 17 de setembro, o Fórum sobre o Selo Combustível Social, com a presença de 70 profissionais de 17 cooperativas paranaenses. O evento ocorreu na sede da Cooperativa Copacol, em Cafelândia, oeste do Paraná. Na oportunidade, foram repassadas informações com o objetivo de uniformizar o entendimento sobre as normas mais recentes publicadas pelo Ministério da Agricultura relativas ao tema, como a Portaria nº 144, que trata da concessão, manutenção e uso do Selo Combustível Social, e a de nº 174, que dispõe sobre a participação e a habilitação de cooperativas como fornecedoras de matéria-prima e prestadoras de serviço de assistência técnica e extensão rural no âmbito do Programa Selo Combustível Social. O evento contou com a presença de representantes da OCB, Mapa, Emater e Abiove.



Foto: Assessoria Copacol

COMITÊ PERMANENTE DE DESBUROCRATIZAÇÃO

O Governo do Paraná instalou, no dia 11 de setembro, o Comitê Permanente de Desburocratização, uma das ações do Programa Descomplica, lançado em agosto e que tem como foco simplificar a vida dos empreendedores. O comitê conta com a participação de 23 entidades do setor produtivo, entre as quais a Ocepar, que será representada pelo coordenador jurídico Rogério Croscato, como titular, e pelo gerente de Desenvolvimento Técnico, Flávio Turra, como suplente. Além de membros da iniciativa privada, o comitê conta com a participação da Associação dos Municípios do Paraná, Assembleia Legislativa e, pelo Estado, da Casa Civil, Secretaria de Planejamento e Projetos Estruturantes, Vigilância Sanitária, Corpo de Bombeiros, Celepar, Receita Estadual, Instituto Ambiental do Paraná e Junta Comercial.



Foto: Guilherme Flores / Casa Civil



Foto: Rodrigo Félix Leal / AEN

SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA

O governador Ratinho Junior assinou, no dia 10 de setembro, um decreto determinando a retirada de mais de 60 mil itens do setor de alimentos do regime de Substituição Tributária. A medida entrará em vigor no dia 1º de novembro e vai beneficiar o setor produtivo, garantindo mais competitividade às empresas paranaenses. A solenidade ocorreu no Palácio Iguazu, com a presença de empresários e dirigentes de diversas entidades, como o superintendente da Ocepar, Robson Mafioletti, o gerente de Desenvolvimento Técnico, Flávio Turra, e o coordenador jurídico, Rogério Croscato. Entre os itens alcançados pela medida estão biscoitos, bolachas, massas, waffles, pizzas, azeites de oliva, margarinas, óleos refinados, frutas e vegetais congelados, conservas de produtos hortícolas, doces e geleias.



Foto: Arquivo Sistema Ocepar

FINALISTAS PREMIADOS

Um troféu no formato da estatueta da maior premiação do cinema – o Oscar – foi entregue, no dia 4 de setembro, aos alunos finalistas da edição deste ano do Prêmio de Redação do Programa Cooperjovem. Os pais e professores também foram homenageados. A solenidade ocorreu no Sesc Caiobá, no litoral paranaense, com a presença de alunos, professores, diretores, coordenadores do Cooperjovem nas cooperativas parceiras, instrutores e secretários de educação. O evento, aberto pelo superintendente do Sescop/PR, Leonardo Boesche, foi prestigiado pela analista de Desenvolvimento e Gestão do Sescop Nacional, Edlane Resende. A programação contemplou a participação do Grupo Sou Arte, de Campo Mourão (PR) e palestra proferida pelo educador Marcos Meier. O evento prosseguiu no dia 5 com apresentações culturais e palestra com o consultor João Carlos de Oliveira.

FORMAÇÃO DE NOVOS AGENTES

O Sistema Ocepar promoveu, por meio do Sescop/PR, o treinamento de novos agentes de Desenvolvimento Humano das cooperativas do Paraná, no dia 18 de setembro, em Curitiba, com a presença de 12 profissionais. O evento foi aberto pelo coordenador de Profissionalização do Sescop/PR, Leandro Macioski, e teve como instrutora a analista técnica do Sescop/PR, Ketlyn Mali. "O agente exerce o importante papel de interlocutor entre cooperativa e o Sescop/PR e ambos entendem que, para obter os resultados esperados e maior alinhamento, é necessário trabalhar com esse agente para que ele desenvolva uma visão estratégica, sistêmica e orientada para resultado, de maneira mais assertiva e que contribua para a melhoria dos resultados das cooperativas", ressaltou Macioski.

Foto: Márlí Vieira / Assessoria Sistema Ocepar



BEM AVALIADAS PELA ANS

Sete das 10 operadoras mais bem qualificadas no Índice de Desempenho da Saúde Suplementar (IDSS) 2018 são Unimed, duas delas do Paraná: Pato Branco e Cascavel. Divulgado pela ANS no dia 16 de setembro, o indicador classifica em notas de 0,0000 a 1,0000, avaliando a qualidade assistencial das operadoras de todo o país. Em destaque as cooperativas: Unimed-BH – IDSS 1,0000 (1º lugar); Unimed VTRP – IDSS 1,0000 (4º lugar); Unimeds Santa Bárbara D'Oeste e Americana – IDSS 1,0000 (5º lugar); Unimed Pato Branco – IDSS 1,0000 (6º lugar); Unimed Encosta da Serra – IDSS 1,0000 (7º lugar); Unimed Cascavel – IDSS 0,9747 (8º lugar) e Unimed Goiânia – IDSS 0,9701 (9º lugar). Para o presidente da Unimed do Brasil, Orestes Pullin, o resultado representa o comprometimento das Unimeds com a constante melhoria da qualidade assistencial e sua sustentabilidade.



Foto: Assessoria Unimed Cascavel

Foto: Assessoria Unimed Londrina



ENTREGA DE CADEIRAS DE RODAS

Por meio da campanha Eu Ajudo na Lata 2019, a Unimed Londrina entregou, no dia 12 de setembro, 26 cadeiras de rodas para seis instituições de Londrina e região. Nesta edição, com a venda dos lacres de alumínio arrecadados, a cooperativa adquiriu 20 cadeiras de rodas. Outras quatro foram doadas pela Unimed Londrina, que se comprometeu a comprar uma cadeira a cada cinco adquiridas com a venda dos anéis. Para completar, dois clientes quiseram participar e doaram um equipamento cada. Além da contribuição de colaboradores, clientes e parceiros, a arrecadação de lacres de alumínio contou com a ajuda de estudantes de Londrina, Ibiporã e Porecatu. As secretarias municipais de educação destas cidades se tornaram parceiras na arrecadação e, graças a essa iniciativa, as pastas destes municípios receberam uma cadeira de rodas cada.

PREMIADA PELA ONU

O trabalho de logística reversa realizado pelos cooperados da Frísia rendeu a Menção Honrosa do Sesi ODS, premiação-destaque entregue pelo Serviço Social da Indústria em favor dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em 2018, período referente à inscrição do programa da cooperativa, foram coletadas 24,4 toneladas de resíduos. A entrega da homenagem, que inclui o selo ODS, ocorreu no dia 5 de setembro, em Curitiba. O Programa Coleta Legal é realizado desde 2014 com os associados e sob a coordenação do setor Ambiental e Florestal da Frísia. Nas propriedades, 211 produtores são orientados a fazer a correta separação dos materiais veterinários (tanto da bovinocultura leiteira quanto da suinocultura) até a destinação desses resíduos (alocados em bombonas) para uma empresa especializada em fazer o tratamento.

Foto: Assessoria Frísia



PROJETO APRENDIZ COOPERATIVO

A Cooperval - Cooperativa Agroindustrial Vale do Ivaí Ltda, com sede em Jandaia do Sul, norte do Paraná, iniciou a formação de sua primeira turma do Jovem Aprendiz Cooperativo. O projeto oferecerá treinamentos direcionados à área administrativa e vivência prática nos setores administrativos da Cooperval para os 20 jovens selecionados. O lançamento oficial ocorreu no dia 5 de setembro, reunindo os jovens, seus familiares e funcionários responsáveis pelo projeto na cooperativa. O evento ocorreu na Associação dos Funcionários da Cooperval (Associval), e contou com a apresentação artística do Mágico Arcanjo. Enquanto para os jovens essa é uma oportunidade para ingressar no ambiente profissional, para a Cooperval, a iniciativa representa um meio importante de formar novos talentos que futuramente poderão atuar na cooperativa.

Foto: Cooperval



INCENTIVO À IRRIGAÇÃO

O governador Ratinho Júnior anunciou medidas de incentivo para investimentos em culturas irrigadas em sua participação no Fórum de Irrigação, no dia 12 de setembro, em Paranavaí (PR). O evento, promovido pela Cooperativa Cocamar, contou com mais de 250 participantes, entre produtores e técnicos. “O Paraná é o maior produtor mundial de alimentos em quantidade e qualidade por metro quadrado, mas podemos ampliar os volumes por meio da irrigação”, disse o governador, acrescentando que a junção de trabalho entre governo, Cocamar e parceiros, vai desenvolver a região. “Se a região precisa investir em irrigação para gerar mais riquezas, empregos e desenvolvimento, vamos trabalhar, entre outras frentes, para baixar os preços dos equipamentos e, também, para conseguir um crédito mais acessível”, comentou.

Foto: Assessoria Cocamar



Foto: Assessoria Cocari

EXPORTAÇÃO PARA A CHINA

A Unidade Industrial da Aurora em Mandaguari (PR), que trabalha em intercooperação com a Cocari, e a Coasul, sediada em São João, são as duas cooperativas paranaenses que estão na lista dos 25 novos frigoríficos brasileiros autorizados a exportar carne para a China. Dos autorizados, 17 trabalham com carne bovina, 6 com carne de frango, 1 com carne suína e 1 com asininos. Aurora e Coasul poderão exportar carne de frango. Os novos habilitados passarão a integrar a lista de exportadores junto com os 64 frigoríficos aprovados anteriormente. As negociações foram conduzidas pelos ministérios da Agricultura e das Relações Exteriores e Embaixada do Brasil na China. Em maio, a ministra Tereza Cristina esteve em diversos países asiáticos com o objetivo de ampliar a venda dos produtos agropecuários brasileiros.



Foto: Assessoria Bom Jesus

FIBRA LEITE 2019

No dia 3 de setembro, no Centro de Eventos da Cooperativa Bom Jesus, na Lapa (PR), foi realizada a primeira edição do Fibra Leite. O evento, voltado a produtores de bovinos de leite, teve como foco o aumento da produtividade e manejos especializados. Estiveram presentes cerca de 200 produtores pecuaristas. A abertura ficou por conta do presidente da cooperativa Bom Jesus, Luiz Roberto Baggio, e do coordenador pecuário, Eduardo Lacerda Braga. Organizada em formato de simpósio, a programação contou com três palestras sobre questões da área pecuária, que abordaram legislação, silagem de milho e gestão da propriedade. A Bom Jesus trabalha com a Linha Leite desde 2011 e se dedica, cada vez mais, a abrir opções aos cooperados locais aos diversos tipos de manejos existentes para as propriedades.

20 ANOS NA AVICULTURA

Atualmente, a qualidade dos cortes de frango da Lar é reconhecida nacionalmente. Presente no varejo em praticamente todos os estados e internacionalmente, com exportação para 74 países, a cooperativa iniciou as atividades da Unidade Industrial de Aves em 9 de setembro de 1999. Desde então, evoluiu e expandiu sua produção. “Se hoje a cooperativa é a que mais emprega e a 5ª maior empresa de frangos do país, é porque temos dois parceiros excelentes: associados que entregam matéria-prima de qualidade e um quadro de funcionários que faz o melhor”, afirmou o diretor-presidente Irineo da Costa. Em comemoração aos 20 anos da indústria, a cooperativa ofereceu aos funcionários do frigorífico dois shows com Michel Teló. Também houve a entrega de troféu aos 10 associados pioneiros da avicultura e aos 20 funcionários que completaram 20 anos de trabalho na indústria.

Foto: Assessoria Lar



44 ANOS DE HISTÓRIA

Há 44 anos, nasce a Coagru - Cooperativa Agroindustrial União, com sede em Ubitatã, no centro-oeste do Paraná. A data foi comemorada no dia 13 de setembro. Atualmente, possui 2.682 cooperados. Ao longo de sua trajetória, a cooperativa enxergou a necessidade de incentivar os cooperados a diversificar as atividades das propriedades e, em parceria com a Copacol e a Cooperflora, criou, em 2011, a Unitá Cooperativa Central. Os investimentos foram feitos com o objetivo de agregar valor à produção dos associados e gerar 3.953 empregos até 2020. Hoje, a Unitá abate 230 mil aves por dia. A iniciativa vem transformando a realidade das pessoas do médio Vale do Piquiri. Nos últimos oito anos, a Coagru registrou o crescimento de 117% do faturamento, consolidando-a como uma cooperativa forte, moderna e atualizada tecnicamente.

Foto: Assessoria Coagru



Foto: Assessoria Capal



CELEBRANDO MAIS UM ANIVERSÁRIO

No dia 19 de setembro de 1960, das mãos de 21 produtores rurais holandeses surgia a Capal, no município de Arapoti (PR). Atualmente a cooperativa tem mais de 3 mil associados, distribuídos em 14 unidades de negócios, nos estados do Paraná e São Paulo. A cooperativa atua nos segmentos de grãos, leite, café e carne suína. A cadeia agrícola responde por cerca de 70% das operações, produzindo mais de 640 mil toneladas de grãos por ano, com destaque para soja, milho e trigo. Além disso, o segmento corresponde a uma área que ultrapassa 140 mil hectares nos dois estados. Com faturamento bruto elevado em 18% (R\$ 1,4 bilhão) e investimento com um acréscimo de quase 300% (R\$ 61 milhões), ambos em 2018, a Capal atua em intercooperação com a Frísia e a Castrolanda, por meio da Unium.

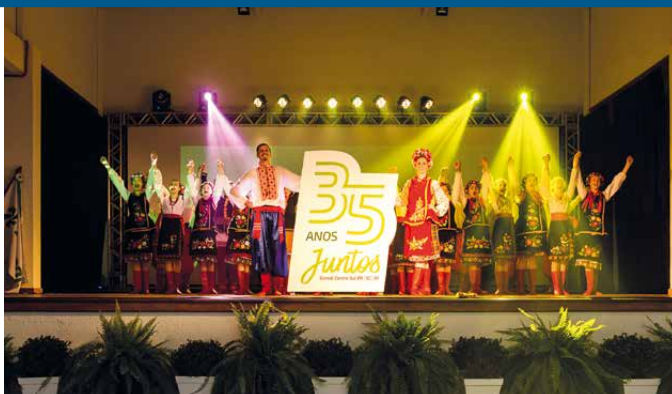


Foto: Assessoria Sicredi Centro Sul PR/SC/RJ

35 ANOS DE FUNDAÇÃO

A Sicredi Centro Sul PR/SC/RJ celebrou 35 anos no fim de agosto com uma festa realizada no Centro Social São Josafat, em Prudentópolis (PR). Com a presença de lideranças, coordenadores de núcleo, colaboradores, associados e pioneiros, o evento foi marcado por homenagens aos 26 sócios fundadores da cooperativa, realização de uma Assembleia Geral Extraordinária (AGE), encerramento da promoção de aniversário e lançamento do livro que conta a história da cooperativa. “A Sicredi Centro Sul PR/SC/RJ celebra seus 35 anos porque lá atrás existiram pessoas que acreditaram num sonho e trabalharam para que se tornasse realidade”, afirma o presidente da cooperativa, Santo Cappellari. “Agora, aprovamos o avanço da cooperativa e temos a missão de levar o Sicredi aos 74 municípios que estão sob nossa responsabilidade”, ressalta.

“

Façam as coisas bem-feitas, não tenham medo de errar. Sejam curiosos, aprendam a ler, ampliem o conhecimento. Sejam humildes e prestativos. Ensinem, pois, quem ensina, semeia. Sejam éticos, honestos e corretos no agir. Sejam bons ouvintes, sem se omitirem. Tenham respeito e tolerância a opiniões. Despertem a criatividade e inovem. Sejam o exemplo. Lembrem que sorte e profissionalismo andam juntos. A determinação em fazer acontecer, faz a diferença”

JOÃO PAULO KOSLOVSKI

Ex-presidente do Sistema Ocepar, em palestra no lançamento do Programa Cooper Universitário, no dia 10 de setembro, no Auditório Hélio Moreira, em Maringá, no noroeste do Paraná



Foto: Ricardo Rossi / Sistema Ocepar

“

Os europeus têm dificuldade de imaginar, de forma tangível, o tamanho do Brasil, já que os 28 Estados-membros da União Europeia, juntos, dão mais ou menos a mesma dimensão geográfica da Amazônia Legal. Ainda falta um entendimento, por exemplo, sobre os biomas naturais do Brasil. A associação em termos de imagem do agronegócio ao bioma amazônico é em decorrência dessa incompreensão geográfica”

EMILY REES

Economista e especialista em negociações comerciais, política internacional e processos reguladores da UE, e palestrante do 7º Fórum de Agricultura da América do Sul, realizado em Curitiba, nos dias 5 e 6 de setembro

“

Havia cooperativas formadas por 55% de agricultores familiares que estavam fora do programa. O trabalho é inserir e não excluir. Temos de permitir que agricultores que têm todas as condições de trabalhar sejam atendidos”

FERNANDO SCHWANKE

Secretário Nacional de Agricultura Familiar e Cooperativismo do Ministério da Agricultura, referindo-se à portaria 174/2019 que autoriza cooperativas sem a DAP jurídica, mas com associados que tenham o documento como pessoa física, a aderir ao Selo Social

“

O cooperativismo confere características fundamentais que nos permitem atender a mais de 17 milhões de beneficiários e ter a maior parcela do mercado de saúde suplementar brasileiro, com 37% do setor”

ORESTES PULLIN

Presidente da Unimed Brasil, comentando o fato de que sete cooperativas singulares do sistema figuram no top 10 das melhores notas do Programa de Qualificação das Operadoras 2018 da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS)

“

Uma estrutura boa é importante, mas as pessoas são fundamentais, porque são elas que fazem tudo acontecer”

RICARDO CHAPLA

Presidente da Copagrif, de Marechal Cândido Rondon, no lançamento da marca e do slogan da campanha dos 50 anos da cooperativa: “O valor está nas pessoas”. As atividades comemorativas ao cinquentenário terão início em janeiro de 2020, com uma grande campanha promocional

Junte-se a muitas cooperativas
que já estão usando o SomosCoop.



Quanto mais cooperativas aderirem, mais alcance,
mais oportunidades, mais resultados.

Carimbo SomosCoop. Juntos por mais histórias de sucesso.

Sua cooperativa também já faz parte do movimento?
Compartilhe com a gente.



VEM COM A GENTE
somos.coop.br

   /somoscoop

AGORA NA PALMA DA MÃO

Baixe o aplicativo Paraná Cooperativo e fique por dentro das principais informações sobre o cooperativismo paranaense



Acesse **notícias, revistas, áudios e vídeos** do sistema cooperativista



Veja em tempo real **gráficos, números e indicadores** das cooperativas paranaenses



Personalize o feed de notícias e receba **alertas** dos assuntos de interesse



DOWNLOAD GRATUITO

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google Play



SistemaOcepar
FECOOPAR - OCEPAR - SESCOOP/PR