



Entrevista
Rodrigo Rodrigues
Pág. 6

paraná cooperativo



Sistema **Ocepar**

FECOOPAR | OCEPAR | SESCOOP/PR

somoscoop >

Ano 19 - Nº

214

OUT/2023



Av. Cândido de Abreu, 311 - CEP: 80538-000 - Curitiba - Paraná - www.paranacooperativa.coop.br

FAMÍLIA SOMOSCOOP

Pesquisa de "Imagem e Posicionamento" avaliou a percepção dos consumidores em relação às marcas de cooperativas



Vem aí o Capacita Paraná

Em novembro, chega uma nova forma de você estudar e se conectar com o cooperativismo paranaense



O posicionamento das cooperativas no mercado



José Roberto Ricken
Presidente do Sistema Ocepar

O Sistema Ocepar mais uma vez ouviu consumidores, não consumidores, supermercadistas, dirigentes e funcionários de cooperativas para saber a percepção desses públicos sobre os produtos e serviços de cooperativas.

O resultado de todo esse trabalho é o destaque dessa edição da Revista Paraná Cooperativo. Essa foi a quinta pesquisa de opinião que realizamos, sendo a quarta aplicada pelo Grupo Datacenso, empresa referência no mercado em pesquisas.

A finalidade é identificar se os consumidores reconhecem os produtos cooperativos e se essa identificação influencia em sua decisão de compra. Também procuramos saber quais motivos levam os supermercadistas a adquirirem marcas de cooperativas, quais são as marcas mais lembradas pelos consumidores, e também se os funcionários das cooperativas consomem produtos e serviços produzidos e ofertados por cooperativas. Outra questão é se as pessoas, de fora e de dentro do sistema, têm ciência do valor agregado dos produtos e serviços de cooperativas.

Também foram incluídas nas entrevistas questões relativas ao Carimbo SomoCoop, uma estratégia assertiva do Sistema OCB para auxiliar na identificação dos produtos e serviços de cooperativas.

A metodologia da sondagem envolveu entrevistas qualitativas e quantitativas, e todos os detalhes estão disponíveis nesta edição, inclusive, com elementos visuais para auxiliar na visualização dos dados.

Essa pesquisa de opinião faz parte do Projeto 15 do PRC200 (Comunicação e Marketing), o planejamento

estratégico do cooperativismo paranaense que em sua totalidade contempla 20 projetos estruturantes.

Mais uma vez essa sondagem trouxe informações valiosas sobre o posicionamento do cooperativismo e também elementos para reflexão, como a necessidade de as cooperativas melhorarem o endomarketing, ou seja, a comunicação interna, e o seu marketing externo. E sempre considerando o momento que estamos vivendo, no qual a comunicação tradicional e o marketing digital precisam caminhar juntos, cada um contribuindo para as estratégias de comunicação com seus canais, sua linguagem e o alcance que têm junto ao público-alvo.

Afinal, o fato é que o cooperativismo precisa se comunicar mais e melhor tanto com quem consome as mídias tradicionais quanto com quem está presente no digital. E no nicho online estão os jovens e também outras faixas etárias que aderiram ou estão aderindo ao digital. A reflexão, portanto, é que ser digital não é uma questão de idade, apesar dos jovens terem mais facilidade para lidar com esse mundo. Ser digital é uma questão de perfil daquele que consome a informação. E essas pessoas não podem ser negligenciadas em nossas estratégias.

Além do que, o cooperativismo, seguindo com o seu princípio da democracia, mais uma vez é chamado para exercer esse princípio no campo, na comunicação e marketing, abrindo espaço para o tradicional e para o digital.

Estes são aspectos que devem ser trabalhados para ampliar o market share dos produtos e serviços de cooperativas e para que a sociedade tenha ciência dos diferenciais do modelo cooperativo, como a rastreabilidade, a garantia de origem, a qualidade e o valor agregado no que tange ao econômico, social e ambiental.

Cumprindo com sua missão de apoiar o desenvolvimento das cooperativas, o Sistema Ocepar mais uma vez entrega um trabalho relevante e essencial, uma pesquisa que fornece um retrato amplo sobre o posicionamento das cooperativas no mercado consumidor. ■

“ O Sistema Ocepar buscou identificar se os consumidores reconhecem os produtos de cooperativas e se essa identificação influencia em sua decisão de compra ”

10 ESPECIAL

Pesquisa sobre a avaliação dos consumidores em relação aos produtos das cooperativas revela dados que podem nortear estratégias



26 ENCONTRO DE NÚCLEOS

Análise dos resultados e objetivos do Plano Paraná Cooperativo 200 foi realizada em quatro encontros, com a participação de 226 cooperativas de todo o estado



CO

Outubro.2023

NT

- 40. COOPERATIVAS MIRINS
- 42. WORKSHOP
- 44. CONEXÃO FRENCOOP
- 46. RAMO CRÉDITO - SISPRIME
- 47. RAMO CRÉDITO - SICOOB
- 48. RAMO CRÉDITO - SICREDI

- 50. RAMO CRÉDITO - CRESOL
- 51. RAMO CRÉDITO - UNIPRIME
- 52. RAMO SAÚDE - UNIMED
- 54. NOTAS E REGISTROS
- 58. ASPAS

6 ENTREVISTA



Engenheiro agrônomo e diretor de Soluções de Agronegócio da Falconi Consultoria, Rodrigo Rodrigues

30 FÓRUM

Especialistas nas áreas jurídica, saúde e segurança e recursos humanos falam a cooperativas em evento realizado pelo Sistema Ocepar



36 WCM23

Evento reuniu mais de 100 palestrantes e pensadores. O Paraná foi representando por lideranças cooperativistas e profissionais do Sistema Ocepar



REVISTA DO

nº 214

SISTEMA OCEPAR

DIRETORIA DA OCEPAR

Presidente: José Roberto Ricken - **Diretores:** Adam Stemmer, Alexandre Gustavo Bley, Clemente Renosto, Elias Zydek, Elói Darci Podkowa, Erik Bosch, João Francisco Sanches Filho, José Aroldo Gallassini, Luiz Roberto Baggio (Secretário-Geral), Manfred Alfonso Dasenbrock, Marino Delgado, Solange Pinzon de Carvalho Martins, Valter Pitol e Wellington Ferreira - **Conselho Fiscal - Titulares:** Lauro Soethe, Popke Ferdinand Van Der Vinne e Wemilda Feltrin - **Suplentes:** Claudemir Cavalini Carvalho, Paulo Pinto de Oliveira Filho e Waldenir Romani - **Superintendente:** Robson Leandro Mafioletti

DIRETORIA DO SESCOOP/PR

Presidente: José Roberto Ricken - **Titulares:** Willem Berend Bouwman, Marcos Antonio Trintinalha, Fabiane Elise Poletto Bersch e Joberson Fernando da Silva - **Suplentes:** Fabíola da Silva Nader Motta, Joel Makohin, Hiroshi Nishitani e Clair Spanhol - **Conselho Fiscal - Titulares:** Haroldo José Polizel, Katiuce Piuna Duque Ferrari e Aguiel Marcondes Waclawovsky - **Suplentes:** Guilherme Grein, Jacir Scalvi e Alair Aparecido Zago - **Superintendente:** Leonardo Boesche

DIRETORIA DA FECCOOPAR

Presidente: José Roberto Ricken - **Vice-Presidente:** Paulo Roberto Fernandes Faria - **Secretário:** Dilvo Grolli - **Tesoureiro:** Luiz Roberto Baggio - **Suplente:** Wellington Ferreira - **Conselho Fiscal - Titulares:** Jorge Hashimoto, Marino Delgado e Nelson André de Bortoli - **Suplentes:** Aureo Zamprônio, Marcos Trintinalha e Renato Greidanus - **Delegados - Titulares:** José Roberto Ricken e Wellington Ferreira - **Suplente:** Luiz Roberto Baggio - **Superintendente:** Nelson Costa

EXPEDIENTE

Revista Paraná Cooperativo: Assessoria de Imprensa do Sistema Ocepar - **Editor Responsável:** Samuel Zanella Milléo Filho (DRT/PR 3041) - **Edição e Redação:** Marli Vieira, Lucia Massae Suzukawa e Elvira Fantin - **Redação:** Central Press - **Design Gráfico:** Stella Soliman Tonatto e Janaína Rosário - **Conselho Editorial:** José Roberto Ricken, Nelson Costa, Robson Mafioletti, Flávio Turra, Leonardo Boesche, Samuel Zanella Milléo Filho, Maria Emilia Pereira Lima - **Foto capa:** Valterci Santos - **Diagramação:** Celso Arimatéia - **CTP e Impressão:** Gráfica Radial - **Redação:** Av. Cândido de Abreu, 501, CEP 80530-000, CentroCívico, 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 o diretor para soluções de Agronegócio da Falconi Consultoria,

Rodrigo Rodrigues

Planejamento estratégico para impulsionar o cooperativismo

Em entrevista exclusiva, Rodrigo Rodrigues ressalta a importância do engajamento do cooperativismo junto à base e destaca os diferenciais do sistema nos âmbitos ambiental, social e econômico

por Samuel Milléo Filho

Engenheiro agrônomo formado pela Esalq/USP, em Piracicaba (SP), Rodrigo Rodrigues tem uma ligação familiar com a agricultura e com o cooperativismo há gerações. Foi extensionista rural em cooperativas do Paraná e, atualmente, é diretor de Soluções de Agronegócio da Falconi Consultoria, empresa referência na área, com mais de 40 anos e cerca de mil consultores. Neto e filho de dois ex-presidentes da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Antônio José Rodrigues e do ex-ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues, respectivamente. Rodrigues foi um dos palestrantes convidados pelo Sistema Ocepar para a segunda rodada dos Encontros de Núcleos Cooperativos, realizada em outubro. Em sua palestra apresentou cenários e tendências nos mercados de alimentos, serviços financeiros, saúde e transporte. Falou também sobre o papel da liderança e os desafios críticos de sustentabilidade do agronegócio brasileiro. O palestrante concedeu uma entrevista exclusiva à Revista Paraná Cooperativo. Confira:

O senhor está participando da rodada de Encontros de Núcleos Cooperativos que tem como pauta o planejamento estratégico das cooperativas (PRC). Como planejar em

um ambiente tão volátil?

Para quem não sabe para onde quer ir, qualquer caminho serve. Acredito que um planejamento estratégico surgindo da base tem muito mais engajamento. A Ocepar tem feito muito bem essa construção de conscientização da liderança até a base, trazendo números de verdade, com o objetivo de propor um desafio. Não podemos ter uma meta frouxa. Precisamos de metas desafiadoras que façam com que a gente se mobilize. As metas precisam ter propósito e uma conexão com o nosso coração, para que a gente trabalhe com afinco para alcançá-las.

Os atributos do cooperativismo são suficientes para a abertura de novos mercados internos e externos?

Eu sou apaixonado pelo cooperativismo. Venho de uma família de cooperativistas e sou a terceira geração nesse modelo de negócio. Acredito muito na doutrina e no sistema. Entendo que existem ferramentas que podem auxiliar o cooperativismo. O planejamento é uma delas. A capacidade de geração de demanda é outra, além desse olhar atento para o mundo que o cooperativismo tem e que é importantíssimo. O tra-

balho que o Sescop/PR faz no desenvolvimento das pessoas é fundamental para fortalecer a base e criar novas lideranças com mais chance de crescimento e prosperidade. No cooperativismo, a doutrina está posta, ela funciona, e temos ferramentas que nos ajudam a prosperar ainda mais.

Qual é a sua avaliação das estratégias adotadas até o momento pelo PRC100 e PRC200

Eu gosto muito desse approach (abordagem, método), porque ele não impõe, mas faz um movimento participativo, que é um dos valores do cooperativismo. Os planejamentos estão atingindo suas metas antes do tempo estipulado. Isso é um recado claro de que está funcionando. Fico impressionado com o nível de maturidade do Sistema Ocepar, das cooperativas e dos núcleos que visitei. Entendo que é preciso olhar muito para a governança nas cooperativas. A separação entre os agentes do conselho e os agentes da execução, da gestão, é uma boa prática. Ajudaria a ter um distanciamento da estratégia da governança com a execução.

O presidente da Ocepar, José Roberto Ricken, frequentemente enfatiza que “o planejamento do cooperativismo é o somatório de todos os planejamentos individuais das cooperativas”. Como o senhor avalia o incentivo sobre esse tema nas cooperativas?

Eu não tenho dúvidas de que esse é o caminho. À medida que você faz o exercício de planejamento, você se conhece melhor como organização coopera-

tiva. E quando traz isso para o sistema e se expõe perante seus pares, há uma abertura e uma possibilidade ainda maior de intercooperação e de aliança.

Quais são os principais desafios que o senhor enxerga para o cooperativismo na formulação desse novo planejamento, nesse novo ciclo?

O cooperativismo paranaense precisa continuar fazendo o que já tem feito, entendendo onde tem espaço para a intercooperação. Uma vez que a base cresce - o Paraná tem hoje 3,7 milhões de cooperados - há dificuldades para expandi-la mais. É importante fazer mais negócios com a mesma base e esse olhar para dentro, sobre como podemos fazer mais negócios entre nós, é muito positivo.

Dentro do planejamento desenvolvido pelas cooperativas e pelo setor, as iniciativas focadas no ESG (sigla em inglês para práticas ambientais, sociais e de governança) têm recebido considerável destaque. Qual a sua avaliação em relação a esse movimento?

Acredito que podemos estar perdendo uma guerra de narrativas porque já fazemos as coisas muito bem e com uma orientação muito forte para o ESG há anos. »

“
Para quem não sabe para onde quer ir, qualquer caminho serve
”





“

O exercício do planejamento é uma abertura ainda maior de intercooperação e de aliança

”

No aspecto ambiental, temos um Código Florestal moderníssimo e somos uma potência ambiental quando se trata de práticas como plantio direto e agricultura regenerativa, além de uma série de outras iniciativas que já integram a agricultura de baixo carbono. Acredito que o desafio seja começar a ir até a ponta da demanda e dizer: “Eu tenho o seu produto, com respeito ao meio ambiente, às pessoas, com governança e rastreabilidade. Vamos começar a negociar prêmios?” O mapeamento que a Ocepar está fazendo é um passo importante para chegar lá mais rápido. Já vimos grandes organizações nos Estados Unidos pagando prêmios por agricultura regenerativa. São coisas que já fazemos aqui sem ganhar nenhum centavo por isso.

Em suas palestras, o senhor menciona que, globalmente, a demanda por alimentos deve crescer 12%, enquanto a produção pode ter um aumento de 9%. Como equilibrar essa necessidade de produção e qual o papel das cooperativas do Paraná?

Eu acredito na ciência e no trabalho. Vejo como uma grande oportunidade para as cooperativas paranaenses e o setor agrícola brasileiro atender essa demanda. Temos que trabalhar muito e as cooperativas já têm feito isso, com foco na educação e na renda. Muitas vezes, o problema da alimentação está ligado à falta de educação e de renda. O cooperativismo pode atuar em duas frentes: na produção e na área educacional.

Qual orientação o senhor daria para uma cooperativa que está iniciando suas atividades visando ao desenvolvimento e à prosperidade a longo prazo?

Eu fiquei muito emocionado na inauguração da sede da Sicredi do Vale Piquiri Abcd PR/SP, pois os 35 fundadores foram homenageados. Eu diria que nunca

pode esquecer de sua base. É crucial observar, conversar e educar sua base. É um processo de troca constante. Também é preciso ter um olhar muito atento para a governança e para a gestão.

Um dos maiores desafios do cooperativismo paranaense é a sucessão, a transição entre as lideranças estabelecidas e as novas. Quais atributos o senhor acredita que os futuros líderes devem possuir?

Um líder deve saber ensinar, escutar e ter um nível de empoderamento naquele “campinho em que ele está jogando”. Deve ter estratégia clara com a equipe e uma boa comunicação, além de ser capaz de dar feedbacks constantes e assertivos. Os conselhos precisam de sabedoria. Esse equilíbrio é encontrado no cooperativismo paranaense, com pessoas amplamente experientes e com conhecimento profundo sobre o cooperativismo e, também, com os mais jovens que desejam estar no sistema, prosperar e crescer dentro desse modelo de negócio. Este é um sistema que tem criado oportunidades e é isso que as novas gerações desejam. Muitos jovens vão estudar longe das cidades e regiões onde nasceram e foram criados e acabam voltando quando as oportunidades estão lá. Os jovens se interessam por coisas atraentes. Se há um tema moderno e atraente, e hoje o interior tem essas características com opções de lazer, trabalho, renda e conectividade (que nesse ponto ainda precisa melhorar), você consegue atrair esses filhos de cooperados para voltarem.

Quais são as perspectivas para o crescimento econômico do Brasil e do mundo nos próximos anos?

Existem muitas coisas que não sabemos. Há uma série de ‘cisnes negros’ e eventos desconhecidos que

estão prestes a acontecer. Anos atrás, quem imaginaria que passaríamos por uma pandemia? As coisas acontecem e somos convidados a rir ou chorar. Nesse mundo extremamente volátil, prevejo que nos próximos anos, tanto no Brasil quanto no mundo, teremos um baixo crescimento. Estamos enfrentando uma inflação robusta, que está sendo contida por taxas de juros elevadas. Existem 10 conflitos em andamento ao redor do mundo, sendo os mais graves entre Ucrânia e Rússia e entre Israel e a Palestina. Portanto, estamos em um cenário de grande tensão geopolítica, aliado ao crescente foco nas discussões de ações de ESG e mudanças climáticas. Considerando tudo isso, não acredito em crescimento nos próximos três a cinco anos.

A pesquisa Datacenso “Imagem e Posicionamento do Cooperativismo e suas Marcas no Mercado Paranaense”, encomendada pela Ocepar, revela que muitos consumidores desconhecem se os produtos que consomem são de cooperativas. Em sua palestra, o senhor aborda a mudança no perfil do consumidor. Quais são essas mudanças com relação ao cooperativismo?

No mundo, temos duas grandes populações: aqueles que estão perguntando se terão o jantar, que têm baixa sensibilidade à origem e ao ESG, porque é uma questão de renda. Para essa população, vejo pouca aderência ao produto ser ou não de uma cooperativa, mas acredito que esse produto tende a chegar mais barato para eles, portanto, serão consumidores naturalmente. A outra parte da população, de mais alta renda, está se perguntando “o que teremos para o jantar?” São leitores de jornais, bem-informados e cada vez mais seletivos, querendo saber a origem dos produtos. Portanto, a campanha de comunicação deve mostrar os predicativos das cooperativas em relação ao meio ambiente e à inclusão.

O que o setor cooperativista precisa fazer para que os consumidores comprem produtos de cooperativas de maneira consciente, entendendo que o retorno também tem um impacto direto e positivo nas comunidades?

O carimbo “SomosCoop” tem um significado

muito forte. Mas é preciso entender o que é esse carimbo. Para isso, a informação, a comunicação e a educação devem vir antes, juntamente com a democratização e a capilarização desse conhecimento. Dessa maneira, teremos um direcionamento para a geração de demanda.

O seu pai [Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura e ex-presidente da OCB], foi um defensor dos investimentos em comunicação, tanto no cooperativismo como no agronegócio. Como convencer os dirigentes do setor a investir em marketing e comunicação?

O agro brasileiro corresponde a 27% do PIB e tem 5% das empresas listadas na B3 (Bolsa de Valores do Brasil). Estamos distantes do mercado financeiro, dos grandes centros consumidores e do acesso ao mercado de capitais. Temos que demonstrar que produzimos com respeito ao meio ambiente e às pessoas, geramos renda, incluímos as pessoas, reforçando que os municípios que têm cooperativas têm IDHs (Índice de Desenvolvimento Humano) maiores. E, levar esse conhecimento para os grandes centros para que uma mudança se inicie. É claro, tendo bons agentes de comunicação que nos ajudem nessa história.

O senhor viveu no Paraná anos atrás e hoje retorna ao estado para a rodada dos Encontros de Núcleos Cooperativos. Qual é o seu sentimento em relação a esse regresso?

Depois de passar e ver tantas cooperativas de diferentes segmentos, como crédito, agropecuário e de saúde, eu comentei com minha esposa e meu filho que estava emocionado de estar aqui [no Paraná]. Ver cidades com a simplicidade que carregam junto com a prosperidade, claramente gerada em grande parte pelo sistema cooperativista, que é tão forte no estado. Gosto de olhar para a simplicidade e perceber que é o supracumulo da sofisticação. Esses dois valores » que estão juntos estão muito bem representados aqui no Paraná e têm uma ligação imensa com o cooperativismo. ■

“
O consumidor está cada vez mais querendo
saber como foi feito cada produto que consome
”



É DE COOPERATIVA?

Pesquisa de Opinião “Imagem e Posicionamento do Cooperativismo e Suas Marcas no Mercado Paranaense” avaliou a percepção de diferentes públicos em relação às marcas de cooperativas. Dados podem subsidiar as estratégias de marketing do setor

por Elvira Fantin, Marli Vieira e Redação

“Que orgulho segurar um carrinho assim”, diz Guilherme Glowacki Moraes, de 17 anos, ao sair do supermercado com o carrinho cheio de produtos de cooperativas, após uma sessão de fotos

com a família para a Revista Paraná Cooperativo. Nesta edição, o tema da matéria especial é a Pesquisa de Opinião “Imagem e Posicionamento do Cooperativismo e Suas Marcas no Mercado Paranaense”,

aplicada pelo Grupo Datacenso Inteligência de Mercado e Marketing com consumidores e não consumidores, supermercadistas, dirigentes e funcionários de cooperativas.

Esta foi a quinta pesquisa en-



Foto: Valerici Santos

“É uma delícia consumir produtos de cooperativas. Fico magoado quando não é de cooperativa”, diz Guilherme, com sua pureza, espontaneidade, mas também dando aos ouvintes uma dimensão do apego que desenvolveu pelo cooperativismo

comendada pelo Sistema Ocepar, sendo que quatro foram realizadas pelo Datacenso, grupo com atuação em 5 países, 10 escritórios regionais em 6 estados, além do escritório matriz em Curitiba-PR.

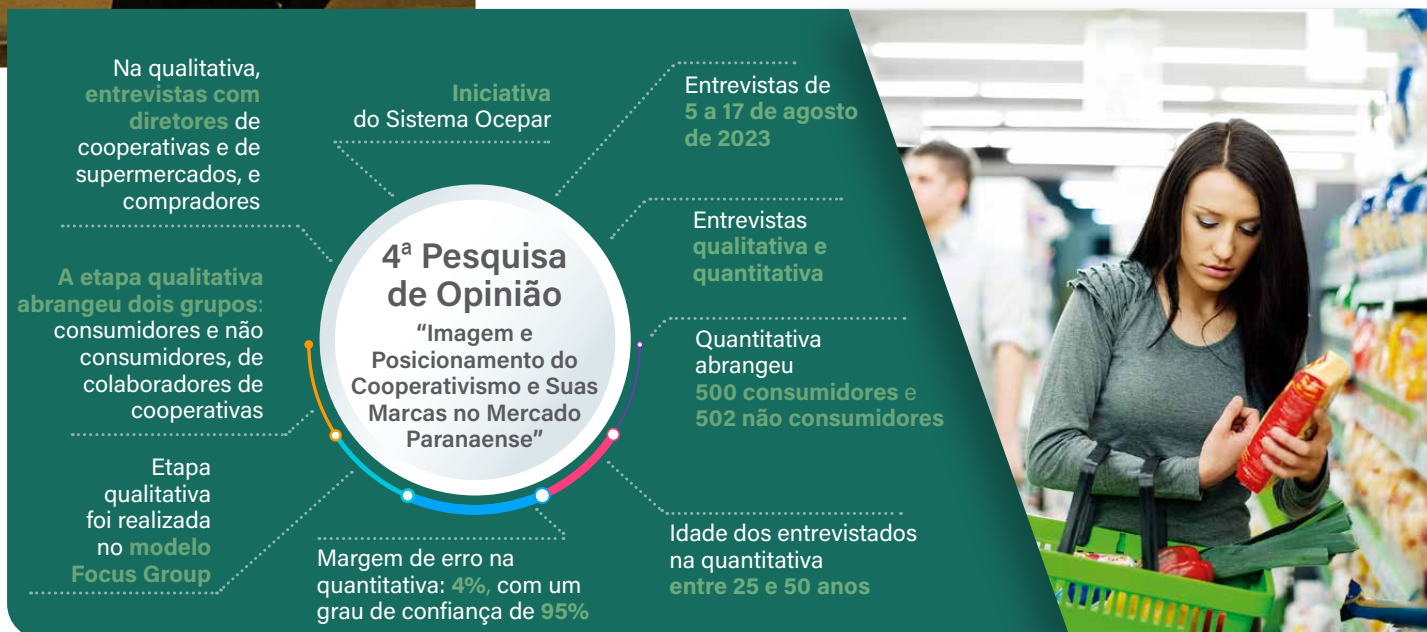
O levantamento abrangeu duas etapas: qualitativa e quantitativa. Na quantitativa, os entrevistados foram divididos em grupos: consumidores (500 pessoas) e não consumidores de produtos cooperados (502 pessoas), com idades entre 25 e 50 anos, das classes sociais B1, B2 e C1. Apesar de muitas cooperativas paranaenses atuarem no B2B (modelo de negócio em que o cliente final é uma outra empresa e não uma pessoa física), a pesquisa foi voltada para o varejo (consumidor final).

A margem de erro para estes grupos é de 4%, com um grau de confiança de 95%. As entrevistas foram realizadas de 5 a 17 de agosto de 2023. O outro grupo abrangeu 2.201 colaboradores de cooperativas. Esta parte da pesquisa, que pela segunda vez foi realizada pelo

Datacenso, tem 2% de margem de erro e 95% de grau de confiança. A coleta de dados para este grupo ocorreu entre 3 de agosto e 18 de setembro de 2023.

Já a qualitativa foi no modelo *Focus Group*, que consiste em reunir grupos de entrevistados para uma discussão, utilizando-se um roteiro semiestruturado com questões subjetivas, destinadas a avaliar o objeto proposto, e conduzido por um moderador. Essa etapa contemplou dois grupos, de consumidores e não consumidores, e de colaboradores de cooperativas. A coleta de dados foi realizada em grupos de discussão online com público-alvo.

Também na etapa qualitativa, foram realizadas entrevistas de profundidade individual (EPI). O universo da pesquisa incluiu diretores de cooperativas, diretores de supermercados e compradores. A amostra foi formada por 75 entrevistas, sendo 50 compradores de supermercados de produtos de cooperativas, 11 diretores de coo- >>



perativas e 14 diretores de supermercados. A coleta de dados foi realizada por telefone e autopreenchimento online com o público-alvo, nos dias 27 de julho a 12 de setembro de 2023.

E onde o Guilherme e sua família entram numa pauta sobre uma pesquisa de opinião? Pela relação que eles possuem com produtos e marcas de cooperativas. Hoje os pais de Guilherme, Silvone Glowacki Moraes e Alfredo Ribeiro Moraes, dão preferência aos produtos de cooperativas por opção, pois têm ciência do valor agregado e dos diferenciais desses produtos, e por obrigação, já que o Guilherme, que nasceu com síndrome de Down, faz questão que tudo seja de cooperativa. “Eu amo a Frimesa, a Coamo, a Copacol, a C.Vale, a Coopavel, a Lar, a Aurora”, conta o jovem, com a inocência de uma criança e a alegria estampada no rosto.

O apego pelas marcas de cooperativa é tão expressivo que a família já migrou a conta do jovem de um banco privado para uma cooperativa de crédito, a Sicredi, e já estuda mudar o plano de saúde para a Unimed.

O curioso é que o conhecimento da família em relação ao que é cooperativismo é relativamente recente. Começou quando a filha Jeniffer passou num processo seletivo para trabalhar como analista na Gerência de Cooperativismo do Sescop/PR. Antes que a filha ingressasse no mundo cooperativo, os pais até consumiam produtos de cooperativas. Mas nem sempre



sabiam que era de cooperativa. O mesmo ocorria com a filha que, aliás, trabalhava bem próximo ao Sistema Ocepar, e não tinha conhecimento do que é cooperativa e da diversidade de produtos, serviços e ramos que as cooperativas atuam.

Silvone recorda da infância, quando morava perto da antiga cooperativa Clac, em São José dos Pinhais (PR). Ela via os caminhões passando com grandes tonéis e perguntava o que era. “Meus pais explicavam que era o caminhão indo pegar leite na cooperativa. Mas eu não fazia ideia do que era aquilo. Isso despertou meu interesse na época, mas o conhecimento ficou só nisso. Hoje, décadas depois, entendo a importância e es-

tou fascinada. É legal porque todos cooperam, todos ganham. Compro produtos de cooperativas porque sei a sua procedência, que passa por processo rigoroso controle de qualidade, que conseguimos rastrear e é produzido com alto padrão de limpeza e segurança alimentar. Outras marcas nem sempre nos garantem esse mesmo rigor na produção, ou não se preocupam em mostrar para o consumidor, com a transparência que as cooperativas fazem. Então, nos sentimos mais seguros ao consumir um produto de cooperativa e oferecer esse mesmo produto ao nosso filho”, diz Silvone.

Mas à medida que a Jeniffer foi explicando para os pais o que

fazia no novo emprego, seu irmão Guilherme, muito perspicaz, ficou intrigado e interessado pelo universo cooperativo. Passou a pesquisar sobre o tema: o que são cooperativas, como funcionam, por quais motivos os produtos cooperados têm mais qualidade e os benefícios que trazem à sociedade. Guilherme - mesmo em sua condição de especial ou talvez por ser especial - entendeu a essência desse sistema de organização econômica que não visa lucro e tantos benefícios proporciona para as pessoas e para as comunidades onde está presente.

Entendeu ainda que nesse círculo virtuoso do cooperativismo, os produtos paranaenses são mais valorizados, beneficiando a economia do estado e do país. O suco Purity da Cocamar, por exemplo, tanto pode ser encontrado numa gôndola de supermercado de Maringá, onde é a sede da cooperativa, quanto em cidades do interior, na capital (Curitiba), em diversos estados brasileiros e em países para onde é exportado.

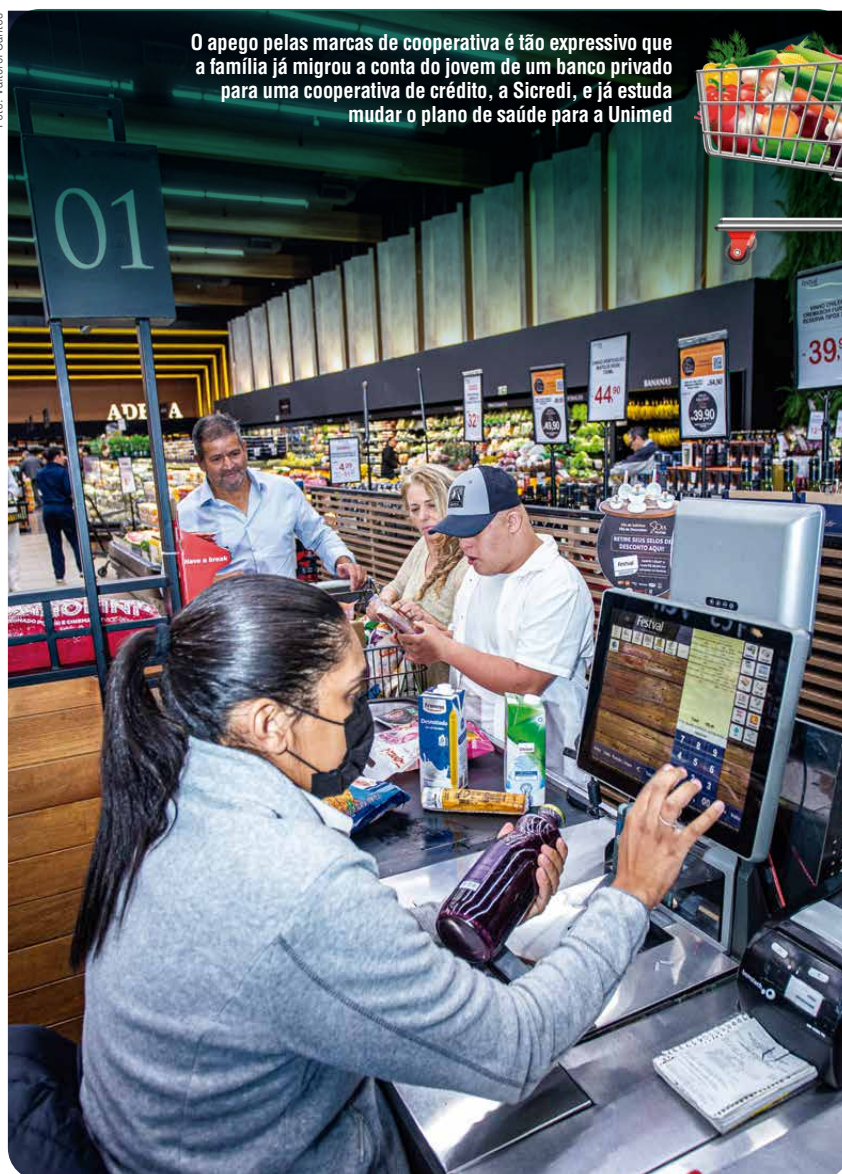
E, após saber de tudo isso, Guilherme se tornou fã do sistema cooperativo. “Ele sabe tudo, até que a Lar tem unidade no Paraguai. Quando vamos ao supermercado, ele vai direto nos produtos de cooperativas, escolhendo principalmente os achocolatados Friminho e o pão de queijo da Copacol, que ele adora no lanche da tarde. Além desses, ele gosta dos frangos da Copacol e do hambúrguer da Frimesa. Ele lê todos os rótulos e vai dizendo:

‘Este não é de cooperativa’. Ou fala bem alto no mercado: ‘Ahh, vamos cooperar né, gente!’”, conta Silvone. “E, quando pego um produto que não é de cooperativa, levo bronca: ‘mãe, esse não é Copacol. Esse não é Coamo, C.Vale, Coopavel, Lar’. Ele conhece todos os produtos”, completa a mãe, orgulhosa do filho que tem.

“É uma delícia consumir produtos de cooperativas. Fico magoado quando não é de cooperativa”, diz Guilherme, com sua

sabedoria, espontaneidade, mas dando uma dimensão do apego que desenvolveu pelo cooperativismo. No dia da sessão de fotos, 13 de outubro, no Festival de Curitiba, mostrou todo seu conhecimento sobre cooperativismo. Ajudou a escolher os produtos e, no final, após posar como modelo, ficou feliz ao saber que todo o carrinho que ajudou a montar era seu, um presente do cooperativismo do Paraná e do Supermercado Festival para um consumidor muito especial. >>

Foto: Valéria Santos



O apego pelas marcas de cooperativa é tão expressivo que a família já migrou a conta do jovem de um banco privado para uma cooperativa de crédito, a Sicredi, e já estuda mudar o plano de saúde para a Unimed

A percepção dos CONSUMIDORES

Algo que chama a atenção no relato da família Moraes é que até há um ano tanto os pais quanto a filha, que é casada, pouco conheciam sobre o universo cooperativo. Além do que, até consumiam produtos de cooperativas, mas como a

marca não tem “coop” no nome do produto e a não há nas embalagens algo que chame atenção e diga que é de cooperativa, eles não faziam ideia de que compravam itens desse sistema.

E o mesmo acontece com muitos paranaenses: 45% dos entrevistados desta edição da pesquisa consomem produtos de cooperativas sem conhecimento disso. Mesmo entre aqueles que têm conhecimento de que existe um sistema chamado cooperativismo, 39% ainda consomem produtos sem saber que são provenientes de cooperativas.

Segundo o diretor do Datacenso, o economista Cláudio Shimoyama, isto demonstra que as cooperativas estão cada vez mais presentes na mente do consumidor que, por sua vez, já reconhece a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, e

tem ciência de que esse modelo de negócios gera renda e emprego, com maior impacto nas regiões onde as cooperativas estão instaladas. “Houve, inclusive, um avanço significativo na percepção dos paranaenses desde a primeira pesquisa que realizamos, em 2017”, revela Shimoyama.

Mas a pesquisa também alerta que há uma parcela significativa da população que ainda não foi impactada pelo cooperativismo. “Porém, podemos enxergar oportunidades nisso, desde que haja, por parte das cooperativas, um maior investimento em comunicação. É isso mesmo, é preciso comunicar mais e melhor o cooperativismo, como modelo de negócio diferenciado, e também os produtos e serviços que oferta à sociedade. É crucial que o público compreenda melhor o funcionamento do siste-



As marcas **MAIS** lembradas

Por consumidores

Sicredi 43%

coamo 25%

Unimed 22%

Por não consumidores

Sicredi 38%

coamo 18%

Unimed 16%



“É preciso comunicar mais e melhor cooperativismo, como modelo de negócio diferenciado, e também os produtos e serviços que oferta à sociedade. É crucial que o público compreenda melhor o funcionamento do sistema cooperativo, os benefícios que ele oferece e seja capaz de identificar as marcas cooperativas para poder consumi-las”

Claudio Shimoyama
Diretor do Datacenso



Foto: Samuel Willié Filho/Sistema Ocepar

ma cooperativo, os benefícios que ele oferece e seja capaz de identificar as marcas cooperativas para poder consumi-las”, pontua.

De acordo com ele, os resultados da pesquisa evidenciam que produtos que não são lembrados pelo consumidor tendem a não ser adquiridos. “Caso permaneçam ‘empacados’ nas prateleiras, os supermercadistas podem optar por não renovar o estoque. Por isso, é de extrema importância que as marcas invistam mais em comunicação. Embora os investimentos existam, aponta o economista, ainda são modestos em comparação com os

produtos não cooperados”, diz.

A percepção revelada pela pesquisa, completa Shimoyama, é de que as cooperativas de crédito são mais reconhecidas pelas pessoas, uma vez que são frequentemente divulgadas na mídia e em outras plataformas de comunicação. “Portanto, as cooperativas do setor agrícola e de outros segmentos precisam melhorar os investimentos em estratégias de comunicação para se tornarem mais presentes na mente do consumidor”, alerta.

Os resultados da pesquisa endossam a fala de Shimoyama. Uma das perguntas feitas aos consumi-

dores e não consumidores de produtos de cooperativas foi: “Quais marcas vêm à sua mente quando falamos de cooperativas?”. A pergunta foi feita de forma espontânea, ou seja, sem apresentação prévia de nenhum nome ou lista. Entre os consumidores, 43% responderam “Sicredi”, 25% mencionaram “Coamo” e 22% citaram “Unimed”.

Já entre as pessoas que não são consumidoras de produtos de cooperativas, 38% falaram “Sicredi”, 18% citaram “Coamo” e 16% responderam “Unimed”. “São exatamente as marcas que, de alguma forma, têm investido mais forte em >>

Os entrevistados **lembram de ter visto ou ouvido propaganda de cooperativa** nos últimos meses?

SIM  47%

CITOU   50%

CITOU   20%

 -5%

DOS ENTREVISTADOS CITOU COAMO, CRESOL, COCAMAR, FRIMESA, COPACOL E OUTRAS MARCAS





Por que **ESCOLHER** produtos e serviços de coops?



54%

DOS ENTREVISTADOS **ESCOLHEM PELO PREÇO**, INDEPENDENTE DA MARCA



38%

DOS ENTREVISTADOS **ESCOLHEM PELA QUALIDADE**, INDEPENDENTE DA MARCA

comunicação e marketing”, diz Shimoyama.

Outra pergunta feita nas entrevistas que reforça a importância da comunicação nas estratégias para aumentar o conhecimento e o consumo de produtos de cooperativas foi se os entrevistados lembravam de ter visto ou ouvido alguma propaganda de cooperativa nos últimos meses. Cerca de 47% afirmaram que sim. Entre os nomes mencionados, metade citou o “Sicredi” e 20% o “Sicoob”. Na sequência, aparecem “Coamo”, “Cresol”, “Cocamar”, “Frimesa”, “Copacol” e outras marcas, todas com menos de 5% de lembrança pelos entrevistados.

A pesquisa também avaliou o grau de influência na decisão de compra quando o consumidor sabe que o produto ou serviço é proveniente de uma cooperativa. De acordo com os resultados, 36% dos paranaenses disseram que isso é indiferente, enquanto 26% relataram que não há influência. Aqueles que responderam ser influenciados de forma moderada ou alta somam 29%.

Reforço no endomarketing

Mas como garantir que os consumidores se lembrem de uma marca cooperativa, se “dentro de casa” também há um certo desconhecimento? Pela segunda vez, a

pesquisa ouviu os funcionários das cooperativas e os números revelaram que nem todos compreendem o que é o cooperativismo e, menos ainda, os diferenciais desse modelo de negócio.

De acordo com a pesquisa, 30% dos colaboradores afirmaram que um produto ou serviço cooperado exerce uma influência moderada em suas decisões de compra. Cerca de 40% responderam que a influência é significativa. Tais níveis intermediários de influência, segundo o economista, destacam a importância do endomarketing nessas organizações, visando ampliar o engajamento dos funcionários.

>>

SER **COOPERATIVA** influencia na decisão de compra?



36%

DOS ENTREVISTADOS DISSERAM QUE ISSO É **INDIFERENTE**



26%

RELATARAM QUE **NÃO HÁ INFLUÊNCIA**



29%

RESPONDERAM **SER INFLUENCIADOS** DE FORMA MODERADA OU ALTA



Vem aí!

19ª EDIÇÃO

DIADECAMPO

Cooperativa Agroindustrial

Bom Jesus

Bom Jesus

Salve na agenda.

28, 29/02 e 01/03 de 2024

Carimbo SomosCoop AJUDA A IDENTIFICAR que é de cooperativa

Em um país de proporções continentais como o Brasil, como mostrar para as quase 220 milhões de pessoas que um produto ou serviço é de cooperativa? Foi para isso que Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) criou o carimbo SomosCoop.

“Ter um elemento visual que faz referência ao cooperativismo ajuda na identificação e no fortalecimento do cooperativismo,

como marca”, afirma a gerente de Marketing e Comunicação do Sistema OCB, Samara Araujo.

Segundo ela, há um trabalho da OCB para ampliar a utilização do carimbo SomosCoop nas embalagens dos produtos, nos cartões de crédito e de plano de saúde, nos caminhões, em banners, materiais gráficos, em campanhas de marketing ou em qualquer outra situação que possibilite identificar que se

trata de uma cooperativa. “Quanto mais cooperativas adotarem o SomosCoop, mais mostraremos à sociedade o quanto estamos presente na vida de cada um”, enfatiza Samara.

A adesão das cooperativas é importante, inclusive, porque a pesquisa do Sistema OCB mostrou o quanto as pessoas ainda desconhecem sobre o Carimbo SomosCoop. O levantamento do »

Para Samara Araújo, gerente de Marketing e Comunicação do Sistema OCB, uso do carimbo é estratégico para que os consumidores saibam que os produtores e serviços são de cooperativas

“No varejo, vimos muito forte o movimento do 'compre do local, compre de empresas conscientes e amigas do meio ambiente, empresas que atuam nas comunidades'. E isso é tudo aquilo que a cooperativa representa. **É preciso ensinar para a sociedade o quanto esse modelo traz benefícios para as comunidades.**

Vânia Almeida

Gerente Executiva de Marketing e Comunicação na Cocamar - SaberCooperar, 2023

somoscoop

CONSTRUÇÃO DE MARCAS COOPERATIVAS

SistemaOCB



Datacenso revelou que 89% dos entrevistados nunca ouviram falar dele. Apesar de não conhecerem o carimbo, acreditam que é uma forma relevante de conscientizar a sociedade e pode até influenciar suas decisões de compra.

Já entre os compradores supermercadistas, os números também são baixos. Apenas 10% deles já ouviram falar do carimbo SomosCoop. Dos 45 entrevistados, apenas dois consideram a identificação “importante”, enquanto outros dois afirmam que é “muito importante”.

Entre os diretores de cooperativas entrevistados, 71% já ouviram falar do carimbo. Desses, 45% o consideram “importante” e 36% “muito importante”. Outros 18% dizem que é “indiferente” em relação aos seus produtos e marcas. Já entre os colaboradores das cooperativas, 59% disseram conhecer o SomosCoop. No entanto, reforçam que, apesar disso, desconhecem seu significado exato. Eles acreditam que é apenas para identificar pessoas que fazem parte da cooperativa ou para o consumidor reconhecer que é um produto cooperado. Ninguém mencionou que era para demonstrar o valor e a força desse sistema de trabalho.

Samara destaca a importância de uma pesquisa realizada pelo Sistema Ocepar e também o pioneirismo do estado. “Até onde sei, Paraná é o único estado a realizá-la. No entanto, essas pesquisas são fundamentais para mapear e compreender cenários, a fim de refinar estratégias e verificar os resultados das ações de comunicação e marketing. O Sistema OCB, como entidade que representa o



SAIBA MAIS

Acesso o QR Code para visitar o site do Sistema OCB (www.somos.coop.br) e saber mais sobre a utilização do carimbo SomosCoop. Lá você encontra também a central de marca que mostra como esse elemento visual pode ser utilizado.



cooperativismo no Brasil, precisa entender se a população compreende ou não o modelo de negócio cooperativo. As pesquisas de imagem e reconhecimento desempe-

nam um papel crucial na definição de estratégias e campanhas de comunicação, adaptando-as a diferentes públicos para aumentar sua eficácia”, destaca Samara. >>

Com a palavra, os SUPERMERCADISTAS

A pesquisa também incluiu um importante grupo para as cooperativas que atuam no varejo: os profissionais de supermercados que negociam com as indústrias, ou seja, àqueles que fazem os produtos chegarem nas gôndolas dos mercados.

Em uma pergunta espontânea, na qual não foi apresentado nenhum nome ou lista prévia, foi solicitado que os compradores citassem seus principais fornecedores, com base no volume de compras, independentemente de serem cooperativas ou indústrias comuns. A Frimesa apareceu em 50% das respostas, seguida pela Coamo (24%), BRF (22%), Nestlé (20%) e JBS (18%). As cooperativas voltam a aparecer em 7.º e 9.º lugares da lista, representadas por Copacol e Lar, (ambas com 14%).

Além disso, 44% dos compradores disseram que escolhem os fornecedores pela qualidade dos produtos, 36% pelo preço e 28% pelas marcas mais populares entre os clientes. Nesse contexto, as marcas de cooperativas mais lembradas pelos compradores supermercadistas são, pela ordem: Coamo, Copacol e Frimesa (que ocupava o primeiro lugar na pesquisa de 2021).

Por outro lado, os compradores também apontaram

áreas em que as cooperativas podem melhorar: preços mais competitivos, atender melhor os pequenos comércios (pedidos menores), aumentar o mix de produtos da marca, aprimorar a logística (entrega mais ágil) e o atendimento geral.

Parceria com a Apras

O presidente da Associação Paranaense de Supermercados (Apras) e proprietário da rede de mercados Festival, Carlos Beal, ressalta que a presença dos produtos de cooperativas nas gôndolas dos supermercados tem crescido. Esse avanço é também resultado da parceria estabelecida entre a Apras e a Ocepar nos últimos dois anos, incluindo um estande conjunto para promover os produtos cooperativos na ExpoApras, a Feira e Convenção Paranaense de Supermercados.

Como resultado desse esforço, os consumidores já estão reconhecendo as marcas cooperativas. No entanto, ele ressalta que há ainda muito a ser feito no âmbito cooperativo como um todo. Entre as ações necessárias está uma divulgação mais ampla, tanto entre o público supermercadista quanto entre os consumidores finais.

“Cooperativas como a Witmarsum têm produtos de muita qualidade, como o renomado queijo. Mas o que é preciso fazer para que o público reconheça isso e saiba que se trata de um produto cooperado? É crucial promover não apenas as marcas em si, mas também os princípios do cooperativismo, mostrando que o apoio de todos a esse sistema contribui para o fortalecimento da região e para a fixação do homem no campo”, analisa Beal. >>



Foto: Divulgação

José Roberto Ricken, presidente do Sistema Ocepar, Ratinho Junior, governador do Paraná, Ratinho Júnior, e Carlos Beal, presidente da Apras, em evento no Sistema Ocepar, que destacou os produtos e serviços de cooperativas no mercado



rações
coamo

do campo
para o campo



Para planejar, é preciso INFORMAÇÃO

O Sistema Ocepar é pioneiro no Brasil no uso de pesquisas para compreender como o mercado percebe o cooperativismo. O coordenador de comunicação e Marketing do Sistema da Ocepar, Samuel Zanello Milléo Filho, enfatiza o quanto as sondagens são primordiais. Os resultados obtidos vêm sendo incorporados aos planejamentos de comunicação, e os efeitos são notáveis: um número cada vez maior de consumidores estão entendendo o que é o cooperativismo, o que por sua vez influencia suas escolhas na aquisição de produtos e serviços cooperativos.

Mas o que mais chamou a atenção de Milléo Filho nas últimas duas pesquisas foi a percepção em relação aos colaboradores das cooperativas. “O cenário está bastan-

te claro. Ainda temos que fazer a ‘lição de casa’: comunicar internamente e engajar melhor esse público”, explica o coordenador.

Os números tornam o cenário ainda mais evidente. O sistema cooperativo no Paraná emprega aproximadamente 140 mil pessoas com carteira assinada. Se a esse número forem adicionados os familiares, são pelo menos 400 mil pessoas (quase meio milhão) a serem impactadas, para que conheçam, consumam e influenciem outras pessoas a aderir ao cooperativismo. “É um potencial considerável de consumidores que às vezes não estamos aproveitando. O Sistema Ocepar precisa realizar um trabalho intenso internamente”, ressalta o coordenador de comunicação.

Mas ainda é importante consi-

derar outro público, o dos próprios cooperados. No Paraná, aproximadamente três milhões de pessoas estão diretamente ligadas ao cooperativismo. Considerando também os familiares, o público pode chegar a 7 ou 8 milhões de pessoas. “O Paraná é um dos estados que mais tem feito ações individuais por cooperativa nesse sentido. Mas ainda temos muito trabalho a ser feito. É um processo contínuo. As próprias lideranças cooperativas estão percebendo cada vez mais a necessidade de investir em comunicação”, afirma Milléo Filho.






Bússola para o desenvolvimento

“As cooperativas devem analisar atentamente os resultados dessa pesquisa, estudá-los e incorporá-los em seus planos de negócios. A pesquisa é uma bússola”, destaca o superintendente da Ocepar, Robson Mafioletti. Ele explica que o estudo sobre o comportamento do consumidor integra o projeto 15, focado em comunicação, dentro do PRC200, o planejamento estratégico das cooperativas paranaenses.

A meta do PRC200, que era dobrar o faturamento das cooperativas, passando de R\$ 100 bilhões para R\$ 200 bilhões será alcançada ao final de 2023. Com isso, um novo PRC começará a ser planejado. “A pesquisa encomendada à DataCenso sobre o comportamento do consumidor e os resultados que ela traz são de extrema importância para esse novo planejamento”, reforça o superintendente.

Marcas de cooperativas de agronegócio

consumidas no mercado (comparativo por ano - Paraná)

	Consumidor				Não Consumidor			
	2019	2021	2023	2023-2021	2019	2021	2023	2023-2021
 Frimesa	77%	71%	84%	+13%	38%	33%	38%	+5%
 coamo	45%	49%	58%	+9%	26%	29%	30%	+1%
 Copacol	47%	44%	45%	+1%	18%	19%	19%	0%
 Aurora	21%	18%	28%	+10%	7%	7%	10%	+3%
 cocamar <small>Cooperado e cooperativa crescem juntos</small>	24%	21%	19%	-2%	17%	17%	16%	-1%

Para Mafioletti, as informações que esse último estudo trouxe foram surpreendentes. “Observamos a evolução das cooperativas, que avançaram consideravelmente em relação à imagem perante os consumidores. Se considerarmos as cooperativas de crédito, por exemplo, elas estão presentes até em novelas e no futebol. No setor de alimentos, ainda precisamos avançar mais, estar presentes diretamente nos pontos de venda (no supermercado, junto ao consumidor), seja por meio de comunicação, produção ou logística”, ressalta Mafioletti.

Utilizando os dados para formular estratégias

A Frimesa, central de cooperativas, é um case relevante da utilização dos dados da pesquisa de opinião do Sistema Ocepar em suas ações de marketing. Logo que a primeira edição da pesquisa foi divulgada, em 2017, a equipe de marketing e a agência Opus Múltipla que atende a Frimesa se debruçaram sobre os dados e re-

formularam as estratégias focando nos pontos que a pesquisa trouxe.

A gerente de marketing da Frimesa, Elis D’Alessandro, revela que por conta disso a marca subiu algumas posições nos rankings das marcas mais consumidas e mais lembradas do Brasil. “Nesse ranking, estão presentes empresas não cooperativas de diversos setores, como alimentos, produtos de higiene e limpeza, perfumaria, cosméticos, entre outros. Esse sucesso é resultado de um sólido investimento em branding, mas que foi orientado por dados”, comenta.

Elis enfatiza que, embora os investimentos em comunicação da Frimesa sejam menores do que os das grandes indústrias “convencionais”, eles são constantes e abrangentes. A empresa sempre mantém alguma ação em curso, uma vez que, segundo a gerente, quando um consumidor para em frente às prateleiras, ele tende a escolher a marca e o produto que viu na propaganda, no outdoor ou nas redes sociais. “A falta de comunicação leva ao esquecimento e

abre espaço para os concorrentes, inclusive os de qualidade inferior”, afirma Elis.

A visão de empresários supermercadistas reforça a ideia de que a comunicação e o marketing, é um elemento chave para impulsionar as vendas. O proprietário da rede de mercados Super Tozetto, Cesar Moro Tozetto, que atua na região de Ponta Grossa (PR), destaca que, pelo menos em sua região, os consumidores valorizam e preferem os produtos de cooperativas.

“O público aqui dá preferência aos produtos regionais, porque conhece as empresas e cooperativas locais, confiando na qualidade e na seriedade da produção. Nossa região possui um sistema cooperativo consolidado, e o público reconhece isso, valorizando a qualidade, a ética na produção e o profissionalismo. Tivemos diversos lançamentos de produtos cooperativos na região, e a resposta da população sempre foi positiva e imediata. Dá para perceber o carinho do público pelos produtos cooperativos”, explica o empresário. >>

Insights para pensar



AUMENTOU O ÍNDICE DE CONHECIMENTO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS E SERVIÇOS DAS COOPS



MAS HÁ UMA PARCELA SIGNIFICATIVA DE PESSOAS QUE AINDA NÃO FOI IMPACTADAS



UMA BOA PARCELA DOS FUNCIONÁRIOS NÃO TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É UMA COOPERATIVA



TAMBÉM UMA BOA PARCELA DE FUNCIONÁRIOS NÃO CONSUME PRODUTOS E SERVIÇOS DE COOPERATIVAS




QUAL O IMPACTO QUE INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO E MARKETING TERIA NO ENGAJAMENTO DA POPULAÇÃO E FUNCIONÁRIOS?



COMO USAR OS DADOS DA PESQUISA NA ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING?



Guilherme Guzela, durante a Cozinha Show na Expo Apras 2023



Procura por PREÇO E QUALIDADE

A sondagem ainda buscou saber os motivos pelos quais os consumidores acabam colocando no carrinho de compras um produto de cooperativa. Entre as pessoas do grupo que declararam baixa influência, 54% afirmaram que a compra é determinada pelo preço, independentemente da marca, enquanto 38% indicaram que a escolha é baseada na qualidade, também independentemente da marca.

Esses números revelam que, mesmo reconhecendo um produto ou serviço proveniente de uma cooperativa, o consumidor paranaense possivelmente ainda não compreende completamente o valor econômico, social e ambien-

tal agregado, bem como o alto padrão de qualidade, rastreabilidade, garantia de origem e inovação por trás das marcas de cooperativas, principais diferenciais desse sistema de organização.

No geral, a pesquisa revelou que 90% dos consumidores que conscientemente optam por produtos de cooperativas estão satisfeitos com sua escolha, seja pela variedade, qualidade, confiança na marca, facilidade de encontrá-los nos pontos de venda, pelas promoções e propagandas, ou pelo preço praticado. Além disso, os índices de satisfação aumentaram em comparação com a pesquisa anterior em 2021.

E quando o consumidor é quem utiliza produtos de cooperativas como insumo para sua atividade econômica? Este é o caso do chef Guilherme Guzela, profissional com 22 anos de experiência na área de gastronomia. “O sucesso de meu negócio depende totalmente da alta qualidade e padronização dos produtos que utiliza para preparar as refeições dos meus clientes, algo que encontro nos produtos das cooperativas”, afirma.

Para um chef, é inviável servir um filé de tilápia com tamanhos e pesos variados para cada cliente, por exemplo. “Não consigo nem criar uma ficha técnica consistente para o produto. Tem



Foto: Cassiano Rostrio

de frango, o que inevitavelmente elevaria os preços. No entanto, isso não ocorre com as cooperativas. Se um produtor não tem frango, há outros cinco, dez ou até doze que podem fornecer. A cooperativa ajuda a regular e organizar o mercado, garantindo estabilidade de preços para que ambos os lados não sejam prejudicados. Afinal, a previsibilidade de preço também é fundamental para um chef. Se eu compro um lombo suíno a R\$ 18 e na semana seguinte o preço está em R\$ 35, ou vice-versa, não consigo vender o prato. Se os preços sobem, os clientes não compram. Se caem, pensam que o restaurante está em dificuldades”, analisa Guzela.

Além disso, o chef compra pro-

duto de cooperativas para suas receitas não apenas por motivos comerciais e de alta qualidade, mas devido à consciência dos benefícios que esse sistema de trabalho gera para a sociedade. “O cooperativismo é sustentável. Há uma preocupação em garantir a sobrevivência de toda a cadeia, para que o produtor possa continuar fornecendo à cooperativa a longo prazo. Existe um compromisso social, financeiro e econômico com o cooperado e toda a comunidade. Tudo isso contribui para a qualidade do produto final. Além disso, o cooperado não quer deixar a cooperativa, pois consegue garantir um preço final justo. Em última análise, todos se beneficiam com o trabalho cooperativo”, enfatiza o chef. ■

que haver um padrão”, analisa.

Além disso, ele precisa da padronização no prazo de validade. Um produto que não tem origem e certificação confiáveis pode estragar mais rapidamente. A previsibilidade no fornecimento também é um fator essencial. O produtor pode enfrentar problemas imprevistos, como uma doença no aviário que interrompa a produção de frango por um mês, por exemplo.

“Imagine eu tendo que informar aos clientes que não poderei oferecer frango por um mês. Se eu não tenho certeza sobre o fornecimento de um produto, nem posso colocar no cardápio. Uma grande indústria iria começar a procurar freneticamente outros fornecedores



Este ano, a pauta foi a análise dos objetivos e resultados do Plano Paraná Cooperativo 200 (PRC200) e os novos desafios do próximo planejamento estratégico

OS NOVOS DESAFIOS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Fotos: Marli Vieira/Sistema Ocepar



Sistema Ocepar ouve a base para definir novas ações e projetos em busca do desenvolvimento sustentável

Mais uma rodada de Encontros de Núcleos Cooperativos foi realizada pelo Sistema Ocepar. A série de quatro reuniões ocorreu nos dias 9, 10, 11 e 16 de outubro, em Francisco Beltrão, Toledo, Ubatuba, e Ponta Grossa, respectivamente. Elas integraram o segundo ciclo das reuniões de Núcleos que o Sistema Ocepar promove envolvendo todas as regiões do Paraná. Ao todo, foram 402 participantes entre dirigentes, executivos e líderes de 226 cooperativas paranaenses dos sete ramos em que o modelo cooperativo de organização econômica é adotado: agropecuário, crédito, saúde, consumo, infraestrutura, transporte, e trabalho, produção de bens e serviços.

Promovidos desde 1990, sempre em duas rodadas ao ano, os Encontros de Núcleos possibilitam que o Sistema Ocepar ouça a sua base de forma descentralizada, apresente as ações que

vem desenvolvendo e considere as manifestações das cooperativas relativas aos mais diversos aspectos, como desafios, crescimento, demandas, entre outras questões. Este ano, a pauta foi a análise dos objetivos e resultados do Plano Paraná Cooperativo 200 (PRC200) e os novos desafios do próximo planejamento estratégico.

“É uma iniciativa que nós tivemos lá no início do Programa de Autogestão e hoje eu posso garantir que dificilmente nós teremos êxito em decidir sobre uma proposta nova para o setor se ela não passar por esta experiência dos núcleos, em que promovemos essa discussão em âmbito regional sobre assuntos de interesse do cooperativismo”, destacou o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken.

O presidente avaliou como “bem-sucedida” esta rodada dos Encontros de Núcleos. “Levantamos as demandas e vamos elaborar um belo planejamento.

Nosso planejamento não é estimado. É calculado e tem uma participação intensa de todas as cooperativas”, frisou. Segundo Ricken, o primeiro exercício é identificar os desafios. Depois, estabelecer os objetivos, as metas e calcular os valores que se pretende atingir dentro da meta financeira. Vamos elaborar um cronograma para vencer essas etapas”, disse, informando que o novo planejamento estratégico será lançado oficialmente em julho de 2024, no Fórum dos Presidentes.

Referencial

A gerente geral do Sistema OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), Karla Tadeu Oliveira, acompanhou as reuniões e destacou a importância dos encontros em oferecer subsídios para orientar o trabalho. Segundo ela, “gerar e entregar valor” é o compromisso das organizações das cooperativas. “A metodologia estruturada pelo Paraná, por meio dos núcleos, é um referencial para que a gente possa expandi-la para outros estados e ampliar essa escuta da base”, pontuou.

A programação de todos os encontros incluiu palestra do diretor para soluções de Agronegócio da Falconi Consultoria, Rodrigo Rodrigues, sobre o tema Cenário e Tendências nos Mercados de Alimentos, Serviços Financeiros, Saúde, Transporte e o Papel das Lideranças. Ele falou sobre os desafios críticos de sustentabilidade enfrentados pelo agronegócio brasileiro e enfatizou a necessidade de equilibrar a crescente demanda por alimentos com a conservação dos recursos naturais. Rodrigues ressaltou a importância da iniciativa da Ocepar na realização dos encontros de núcleos. “O planejamento estratégico surgindo da base é fundamental. Tem muito mais engajamento”, frisou. *(Rodrigo Rodrigues é o entrevistado dessa edição. Confira nas páginas 6 a 10).*

Sudoeste

O encontro da região sudoeste foi em Francisco Beltrão, com a participação de 70 lideranças de 18 cooperativas dos ramos agropecuário, crédito, saúde, transporte, infraestrutura e consumo. “Promover o ali-



“O planejamento estratégico surgindo da base tem muito mais engajamento”

Rodrigo Rodrigues
Diretor para soluções de
Agronegócio da Falconi
Consultoria

“A metodologia estruturada pelo Paraná é um referencial”

Karla Oliveira
Gerente geral do Sistema OCB



nhamento das ações que serão implementadas com o objetivo de atuar como um instrumento de desenvolvimento onde as cooperativas têm suas bases de trabalho é o principal objetivo”, destacou o coordenador do Núcleo Sudoeste, diretor da Ocepar e presidente da Sicredi Parque das Araucárias PR/SC/SP, Clemente Renosto.

A anfitriã da reunião no sudoeste foi a Cresol Baser. Adriano Michelin, diretor-superintendente da cooperativa e vice-presidente da Cresol Confederação, disse que “esse trabalho conduzido pelo Sistema Ocepar dá um horizonte, um norte de médio e longo prazo para o cooperativismo e mostra nossos objetivos em termos de números, atuação e estratégia”.

Oeste

Na região oeste, a reunião aconteceu em Toledo, tendo as cooperativas de crédito Sicredi Progresso PR/SP, Sicoob Meridional e Uniprime Pioneira como anfitriãs. Participaram 150 lideranças de 23 cooperativas dos ramos agropecuário, crédito, saúde, transporte e infraestrutura. Círio Kunzler, presidente da Sicredi Progresso PR/SP, avaliou positivamente o formato descentralizado adotado pelo Sistema Ocepar na realização dos encontros.

“É muito importante ir ao encontro das cooperativas e ver a real situação”, destacou. Para o presidente da Uniprime Pioneira, Orley Campagnolo, a reunião é uma oportunidade para as cooperativas se congregarem. “Quando você tira o evento da capital e traz para o interior, está mostrando que temos uma entidade forte apoiando as cooperativas e que elas realmente estão unidas”, ressaltou. “A gente recebe com muito orgulho todos os dirigentes das cooperativas da nossa região, que são muito fortes e representam muito para a economia local”, declarou a presidente do Sicoob Meridional, Solange Pizon de Carvalho Martins.

Norte e Noroeste

As cooperativas das regiões norte e noroeste reuniram-se em Ubitatã, onde a Coagru e a Unitá foram as anfitriãs. Participaram 90 lideranças de 15 cooperativas, representando seis ramos. “O encontro de núcleos é importante para o cooperativismo. Nós reunimos »

ENCONTRO DE NÚCLEOS

as lideranças para tratar dos projetos que virão pela frente”, destacou Cavalini Carvalho, presidente da Coagru.

Ele também observou o fato de o tema principal das reuniões estar sendo o PRC, o planejamento estratégico das cooperativas paraenses. “É um assunto importantíssimo para que as cooperativas trabalhem alinhadas e, assim, possam buscar mais espaço no mercado e continuar crescendo em busca dos objetivos do quadro social”, completou o presidente. A gerente geral da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Karla Tadeu de Oliveira, fez um cumprimento especial às mulheres cooperativistas presentes, destacando a importância das lideranças femininas dentro do cooperativismo.

Centro-Sul

O encontro da região centro-sul aconteceu em Ponta Grossa, no dia 16 de outubro, encerrando a rodada de 2023. Participaram 92 dirigentes de 21 cooperativas. As anfitriãs foram a Sicredi Campos Gerais e a Coopagrícola. Nesta última reunião, o Sistema OCB foi representado por Fabíola Nader Motta, gerente de Relações Institucionais da organização nacional.

Também presente, o diretor da Ocepar, coordenador do ramo agropecuário da OCB e presidente da Sicredi Integração e da Bom Jesus, Luiz Roberto Baggio, destacou a relevância do evento. “É muito importante, mais notadamente para reafirmar o alinhamento em relação ao planejamento estratégico do cooperativismo e para o engajamento de todos. É também para pautar os principais itens que servem de referência tanto para a execução do trabalho da diretoria da Ocepar quanto para o planejamento estratégico sustentável. O crescimento e o desenvolvimento das cooperativas só vão acontecer se for baseado em planejamento”, concluiu.



Setenta lideranças de 18 cooperativas do sudoeste reunidas em Francisco Beltrão

Foto: Willian dos Santos/Creso Baser



Em Toledo, encontro reúne 150 lideranças de 23 cooperativas do oeste

Foto: Mauro Borghietti-Junior/Uniprime Pioneira



Noventa lideranças de 15 cooperativas na reunião das regiões norte e noroeste

Foto: Wanderson Nogueira/Coagru



Encontro em Ponta Grossa reúne 92 dirigentes de 21 cooperativas do centro-sul

Fotos: Marli Veira/Sistema Ocepar





SISTEMA SÓLIDO E EM PLENA EXPANSÃO

A man in a dark blue suit and white shirt is smiling and looking to the right while holding a smartphone. A large, semi-transparent smartphone screen is overlaid in the foreground, displaying the Uniprime mobile app interface. The app screen shows a 'Login' page with the Uniprime logo and a list of menu items: Home, Meus Limites, Extrato, Pagamentos, Transferência, Comprovantes, and Investimentos. The background is a blurred office setting with blue and yellow lighting accents.

**SOLUÇÕES FINANCEIRAS
PARA A SUA COOPERATIVA**

CONHEÇA OS PRODUTOS E SERVIÇOS DA
UNIPRIME CENTRAL NACIONAL

FALE CONOSCO E CONHEÇA MAIS
ALTERNATIVAS PARA FACILITAR A ROTINA
DA SUA COOPERATIVA

Preservamos a identidade e
singularidade da sua cooperativa

uniprime.com.br



central@uniprimecentral.com.br | 43 3305 2900

Áreas JURÍDICA, RH e SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO se reúnem em Foz do Iguaçu

Temas atuais que interferem diretamente no dia a dia das cooperativas, como reforma tributária, ESG, relações trabalhistas e condições de trabalho, entre outros, pautaram o Fórum Jurídico, Saúde e Segurança do Trabalho e Recursos Humanos, realizado pelo Sistema Ocepar nos dias 26 e 27 de outubro, em Foz do Iguaçu.

O evento reuniu 210 profissionais de cooperativas paranaenses que atuam nessas áreas específicas. O objetivo foi atualizá-los sobre as novidades do mercado e falar sobre as tendências em cada um desses setores. O conteúdo da programação foi estruturado em três trilhas de conhecimento: Recursos Humanos/Gestão de Pessoas; Saúde e Segurança do Trabalho e Jurídica e Tributária. O Fórum foi aberto pelo superintendente da Fecoopar, Nelson Costa, que destacou a importância da integração dessas três áreas de atuação das cooperativas. Também participaram da abertura, Ana Paula Ramos, gerente jurídica da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Micheli Mayumi Iwasaki, gerente jurídica da Ocergs, o gerente, Anderson Lechechem, da

Foto: Hildalgo Gomes



Evento reuniu 210 profissionais de cooperativas

Fecoopar e Leandro Macioski, do Sescoop/PR e o coordenador Jurídico da Ocepar, Rogério dos Santos Croscato.

Futuro do Trabalho

A palestra de abertura foi de Alexandre Pellaes sobre O Futuro do Trabalho. Mestre em psicologia do trabalho pela USP e fundador da Exboss (plataforma que nasceu com o objetivo de transformar o mundo do trabalho), ele é dedicado ao desenvolvimento de relações de trabalho mais humanizadas e com mais autonomia. Pellaes destacou que uma empresa tem que se transformar numa plataforma de trabalho, sustentável, flexível e voltada para sua missão principal.

“Trago aqui alguns desafios, um olhar novo das relações huma-

nas dentro do ambiente de trabalho e como devemos atuar”, pontuou. Segundo ele, são três grandes mudanças: a primeira é ligada ao significado do trabalho para as pessoas: ser feliz e ter saúde mental para poder produzir com qualidade. O segundo é relacionado à liderança que deixa de ficar apenas no cargo, mas sim na relação de influência. E a terceira mudança diz respeito às organizações, processos, práticas, relações trabalhistas, semana de quatro dias, “tudo mais complexo porque causará impactos”.

Trabalho análogo à escravidão

Trabalho degradante e análogo à escravidão: conceitos e comparativos foi o tema abordado pelo presidente do Tribunal Regional

Foto: Hildalgo Gomes

“É preciso ser feliz e ter saúde mental para poder produzir com qualidade”

Alexandre Pellaes

do Trabalho do Rio Grande do Sul (TRT4), Francisco Rossal. Para ele, a situação não pode ser vista como aceitável. “É a grande chaga social, a grande fatura em atraso da qual ainda somos devedores. É uma questão de humanidade, de decência e, também, econômica”, declarou, acrescentando que “as denúncias recentes de casos de trabalhos análogos à escravidão, que têm aparecido com “uma triste frequência prejudica a imagem do país, a imagem dos produtos, o mercado e traz prejuízos econômicos incalculáveis”.

Para Rossal, combater o trabalho escravo é missão da sociedade, dos trabalhadores e dos empresários. “Não podemos, em pleno século 21, cogitar que pessoas trabalhem em alojamentos insalubres, comam cozinha estragada, que o banheiro seja uma latrina ou uma pocilga, que não possam usufruir de seu salário e tenham prisão por dívida. Que não possam se deslocar livremente para voltar do local de onde vieram”, criticou. O presidente do TRT4 destacou a iniciativa da Ocepar de trazer a pauta para o debate. “É uma demonstração de maturidade e coragem que o setor cooperativista enfrente e discuta esse tema. Esse é o primeiro passo: não ter medo de discutir temas difíceis, o segundo é estudá-los e o terceiro é agir para corrigir os problemas”, concluiu.

Trabalho feminino

O último painel do evento foi sobre o trabalho feminino, com a participação da ministra integrante do Tribunal Superior do Trabalho (TST), Morgana Richa, da presidente do Tribunal Regional do Trabalho (TRT) do Paraná (9ª Região), Ana Carolina Zaina, do juiz do trabalho, Luciano Coelho, e do presidente do Tribunal Regional

do Trabalho do Rio Grande do Sul, desembargador Francisco Rossal de Araújo. O painel foi coordenado pela advogada Priscila Cláudia de Oliveira Pereira, mestre em gestão de cooperativas pela PUCPR, especialista em direito público e direito do trabalho, economia e mercado. Atualmente, é gestora Jurídica da Central Sicredi Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro.

A ministra Morgana Richa passou alguns vídeos que levaram a plateia à reflexão sobre os mais diversos aspectos que as mulheres têm sofrido nas redes sociais que extrapolam o bom senso e a manutenção do pensamento machista e discriminatório conta o gênero. “São situações e manifestações que necessitam de uma reação da sociedade. Como estamos preparando as futuras gerações para esta temática?”, questionou.

A presidente do TRT do Paraná, Ana Carolina Zaina, lembrou que a Constituição de 1988 derrubou algumas barreiras importantes, dando oportunidade de diálogo e avanços em defesa da igualdade. “A igualdade de oportunidades e de salário não é realidade ainda, nem a igualdade de tratamento, precisamos parar com falas pejorativas contra as mulheres. Onde impera a desigualdade e o desrespeito, impera a violência e é preciso mudar”, destacou ela.

O desembargador Francisco Rossal, do TRT do Rio Grande do Sul, frisou que é preciso fazer ações concretas, não é uma questão de discurso é de prática, de darmos o exemplo. “É preciso pensar em todos como sociedade, mas sem perder a necessidade de olhar para a presença feminina no mercado de trabalho, com respeito e igualdade. O combate à desigualdade começa em casa, com respeito, carinho e companheirismo”, frisou. Luciano

Foto: Hidaigo Gomes



Para Francisco Rossal, o trabalho escravo “é a grande chaga social, a grande fatura em atraso da qual ainda somos devedores”

Coelho, que é juiz de direito, ressaltou que a carga mental da mulher para o mercado de trabalho é muito mais pesada. “Dela é cobrado mais do que dos homens. Resultado da pressão, do mito da mulher multitarefa, que vem da psicologia da mulher maravilha, que vai dar conta de tudo, resolver tudo, em casa e no trabalho”, pontuou.

Comunicação para Recursos Humanos

Na trilha Recursos Humanos, o palestrante, consultor e professor Guilherme Pereira Guimarães Miziara falou sobre Comunicação para Recursos Humanos. Ele atua nas quatro maiores escolas de negócios do país e é parceiro do SESCOOP há seis anos. Para Miziara, “entender a razão da comunicação gera engajamento. Precisamos gerar emoção nas pessoas para que sejamos compreendidos. Como você atinge o objetivo? Fazendo concessões. As pessoas não falam de propósito na comunicação e, se não têm consciência desta falha, não têm como corrigir.”

Durante uma hora, Miziara discorreu sobre os fundamentos e planejamento, decodificação e adequação de linguagem, estrutura e roteiro da comunicação, modelos de argumentação e tomada de >>



Foto: Hídaligo Gomes

Evento contou com a presença da Ministra do Tribunal Superior do Trabalho, a paranaense Morgana Richa

sa decodificar aquilo que precisa conhecer. Se a pessoa não entendeu, ela não toma decisão, se ela não entendeu e toma decisão, algo dará errado. Muitas vezes, as siglas são comuns, mas as pessoas podem não entender o que elas significam. Por isso, a comunicação nas empresas tem que ser clara em todos os pontos, para que não haja desconhecimento. Quando utilizar terminologia em inglês, traduza para fácil entendimento de todos. O problema da pessoa é achar que não entendeu e ainda não perguntar. Por isso, a tradução sutil é fundamental. A palavra é metade de quem a pronuncia e metade de quem escuta, segundo Michel de Montaigne”, destacou Mizziara. ■

decisão. “Como fazer com que os colaboradores respondam a uma pesquisa, por exemplo, de clima”, comenta. Segundo o palestrante, é o enunciado da solicitação que tem que ser claro para que o objetivo seja atingido. “Temos que ser claros nos objetivos e nos resultados que a pesquisa irá atingir, impactar. Fazer um texto que diga que nossa pesquisa de clima é de suma importância para nossa empresa e, especialmente, a você colaborador, para que possamos ter estratégias de atuação mais direcionadas aos interesses de todos”, frisou.

“Comunicação não é o que você diz, mas como você diz. Pessoas são diferentes, entendem de forma diferente. Crença é algo que você piamente acredita. Experiência é aquilo que você já viveu e experimentou, aquilo que molda sua percepção. Compreender que há outros pontos de vista é o início da sabedoria. Além dos modelos de linguagem, você precisa ter argumentação. Convencer e persuadir ao mesmo tempo”, destacou.

O palestrante abordou também o que chama de “maldição” do conhecimento. “Você preci-

Reforma Tributária, manutenção da vitória

A trilha Jurídica e Tributária teve a participação da gerente jurídica da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Ana Paula Ramos. Ela falou sobre o projeto de Reforma Tributária, que tramita no Senado Federal depois de ter passado pela Câmara dos Deputados. “As cooperativas saem desse processo de transição entre Câmara e Senado com a manutenção da vitória. Tudo o que se conquistou na Câmara, em relação ao ato cooperativo, foi integralmente mantido no Senado”, declarou a representante da OCB.

A programação ainda contou com palestra da Martha Gabriel, ícone multidisciplinar na América Latina nas áreas de negócios, tendências e inovação e autora de vários best sellers. Na Trilha Recursos Humanos/Gestão de Pessoas com o tema “Valor agregado”, Luiz Carlos Becker Junior e “ESG para RH” com Adeildo Feliciano do Nascimento Filho; Já a Trilha Saúde e Segurança do Trabalho com o tema “Impacto jurídico do agente ruído” participaram Carlos Alberto P. de Castro e Marco Antonio César Villatore; “Trabalho degradante e análogo à escravidão: conceitos e comparativos”, além de Francisco Rossal participou Camilo Gomes Macedo; e no tema “Frio – aspectos técnicos e legais de insalubridade”, Moacir José Cerigueli. A Trilha Jurídica e Tributária abordou “Processo civil – prescrição intercorrente”, com Jordão Violin; “Reforma tributária”, com Ana Paula A. Ramos, Gilberto Calixto e Rogério dos Santos Croscato; e “Penhora do capital social”, com Alfredo de Assis Gonçalves Neto e Marcos Wagner da Fonseca.



Foto: Hídaligo Gomes



INTEGRADA
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Juntos

colhemos desenvolvimento e produtividade.

Responsabilidade. Essa, sim, é a palavra-chave, para viver em cooperação, com trabalho e muita dignidade. Plantando soja, milho, trigo, café e laranja, juntos, colhemos desenvolvimento e produtividade. Produzimos alimentos para a mesa de todo brasileiro e para os quatro cantos desse mundão inteiro. É responsabilidade, juntar o campo, as indústrias e a cidade. Com técnica e muita tecnologia, do início ao fim da produção, cuidando da natureza e garantindo futuro para a próxima geração. Responsabilidade. Essa é a palavra-chave, para o agro e o mundo prosperar, cooperando de verdade.

 **INTEGRADA**
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Uma cooperativa forte e responsável.

Plano de Saúde Paraná Cooperativo é premiado

Projeto, resultado da parceria entre o Sistema Ocepar e a Federação Unimed Paraná, foi vencedor do Prêmio Inova+Saúde 23, na categoria Gestão Comercial, divulgado na Convenção Nacional da Unimed

Com o projeto “Paraná Cooperativo”, resultado da parceria com o Sistema Ocepar, a Federação Unimed Paraná, foi vencedora da categoria Gestão Comercial, do Prêmio Inova+Saúde 2023, da Seguros Unimed, divulgado no dia 5 de outubro, durante a 52ª Convenção Nacional Unimed, realizada em Brasília, de 3 a 5 de outubro.

Coordenado por Willian Stocco, superintendente de Serviços às Singulares, e Paulo Henrique Lima de Carvalho, coordenador do Núcleo de Apoio Mercadológico (NAM), o “Paraná Cooperativo” é um plano de saúde voltado ao Sistema Cooperativo Paranaense, a ser comercializado pelas singulares com as cooperativas como público beneficiário. O plano teve a Ocepar como uma grande incentivadora e a Coamo, juntamente à

Unimed Campo Mourão, a primeira a materializar a ideia.

Para Paulo Faria, presidente da Unimed Paraná, esse prêmio é a coroação de um grande trabalho que envolveu todas as áreas da Federação e de todas as singulares. “É uma grande alegria esse reconhecimento: melhor projeto comercial do Sistema Unimed. Parabéns a todos. O prêmio é destinado a todo o Sistema Unimed Paranaense!”.

O diretor Administrativo e Financeiro da Unimed Paraná, Alexandre Gustavo Bley, lembrou que “a Federação foi convidada pela Ocepar a elaborar uma sugestão com o objetivo de oferecer um plano de saúde exclusivo para as cooperativas paranaenses. De acordo com ele, o novo produto contribui para incentivar a intercooperação entre as cooperativas paranaenses e foi batizado de Plano de Saúde Paraná Cooperativo”.

Segundo o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, este projeto teve origem nas discussões ocorridas no âmbito do Plano Paraná Cooperativo, o PRC 200, que é o planejamento estratégico do cooperativismo paranaense. “No PRC 200 temos 20 projetos, entre os quais o de número 7, com foco em ações entre ramos cooperativos. Foi assim que nasceu o Plano Saúde Paraná Cooperativo. Inicialmente, esta iniciativa teve a adesão da Coamo, com sede em Campo Mourão, e que possui mais de 30 mil cooperados. Por meio da Unimed de Campo Mourão, os cooperados da Coamo têm hoje a

opção de um plano exclusivo, para ele e seus familiares”, disse. Ricken lembra que o potencial do cooperativismo é grande, “hoje reunimos 223 cooperativas de sete ramos, com mais de 3 milhões de cooperados e mais familiares”.

Para o dirigente cooperativista, “levar o atendimento médico para a família cooperativista, em especial para produtores rurais através de um plano de saúde, é fundamental, pois, muitas vezes, essas pessoas têm acesso limitado a serviços médicos. Com um plano, os produtores rurais terão acesso a uma rede de médicos e hospitais, garantindo um atendimento adequado mesmo em regiões afastadas”, destacou.

Sobre o Sistema Unimed

Em mais de 55 anos de atuação, a Unimed se destaca na liderança do setor de saúde suplementar e hoje compõe um sistema de 340 cooperativas médicas, que estão presentes em 90% das cidades brasileiras e atendem a 20 milhões de pessoas em planos médicos e odontológicos. A Unimed reúne 118 mil médicos cooperados, gera 143 mil empregos diretos e dispõe da maior rede assistencial do país, formada por 157 hospitais e hospitais-dia próprios e cerca de 2,5 mil hospitais credenciados, além de unidades de pronto-atendimento, clínicas e laboratórios, entre outros serviços. No Paraná, o Sistema Unimed abrange 22 cooperativas, 11.145 médicos cooperados, 223 hospitais credenciados, sete hospitais próprios, 1,6 milhões de beneficiários e 7.015 colaboradores. ■



Foto: Assessoria Unimed Paraná

Para o presidente da Unimed Paraná, Paulo Roberto Faria, o prêmio coroa todo o trabalho realizado pela Federação e singulares

19/10 DIA

INTERNACIONAL DAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

APOIANDO PESSOAS, IMPULSIONANDO
NEGÓCIOS E TRANSFORMANDO COMUNIDADES.



**Onde tem cooperativismo
de crédito, tem gente construindo
um mundo melhor.**

Há mais de 120 anos, as cooperativas de crédito contribuem para uma sociedade mais justa. Um caminho coletivo para o desenvolvimento econômico e social, em que o Sicredi foi o pioneiro no Brasil, gerando crescimento, prosperidade e um mundo melhor para todos.

APOIADO POR



Conselho Mundial

somoscoop»

somos.coop.br

Mais de 100 palestrantes e pensadores em Minas Gerais

Com o tema Criar, Agir e Vencer, 1,3 mil pessoas participaram dos dois dias de evento realizado em Belo Horizonte, Minas Gerais

Sessenta e oito lideranças de cooperativas paranaenses e do Sistema Ocepar, participaram entre os dias 16 e 17 de outubro, no Minascentro, em Belo Horizonte (MG), do World Coop Management (WCM) 2023, um dos congressos mais importante de liderança e estratégia do cooperativismo brasileiro. O evento desse ano foi o primeiro a ocorrer no modo presencial e no metaverso. Os 1,3 mil participantes presenciais e dez mil no metaverso, participaram de cinco palcos diferentes que contou com cerca de 100 palestrantes e pensadores, além de 80 países envolvidos.

A abertura oficial contou com a presença de Graciela Fernández Quintas, presidente da Aliança Cooperativa Internacional nas Américas (ACI Américas); de Ronaldo Scucato, presidente do Sistema Ocemg e por Luiz Branco, diretor e fundador do WCM. “Temos de cuidar dos nossos talentos, da nossa gente, da comunidade, do nosso capital humano. Se não cuidarmos do nosso pessoal, entraremos em declínio”, argumentou Scucato. Graciela Fernández, também defendeu a capacitação dos profissionais e gestores de cooperativas como uma estratégia

Fotos: Divulgação WCM23



Presidente da ACI Américas, Graciela Fernández Quintas, participou da abertura

capaz de ajudar o cooperativismo a crescer local e globalmente. “As cooperativas geram cerca de 10% dos empregos do mundo. Só que o mundo está se transformando cada vez mais rápido, por conta das novas tecnologias e do crescente uso da inteligência artificial no mercado de trabalho. Precisamos nos adaptar a esse novo cenário”, afirmou Graciela.

Ainda, segundo a presidente da ACI Américas, as mudanças pelas quais a sociedade global está passando têm caráter transversal e disruptivo, afetando a forma como são processadas as informações, como as pessoas se relacionam, a forma como os negócios são conduzidos e como os produtos são consumidos. “Para não ficarmos para trás nesse novo mundo de processos digitalizados, precisamos investir em formação e capacitação. Temos de criar universidades e escolas tecnológicas com formação em gestão de cooperativas, porque os recursos humanos disponíveis hoje são claramente insuficientes”, conclui.

Desde 2015, o evento proporciona conhecimentos inovadores e desenvolvimento de novos métodos e conceitos para o cooperativismo. O tema dessa edição é

Criar, Agir e Vencer num mundo em constante evolução. A proposta do WCM23 foi transformar a prática, a ação e a aplicação de novos conceitos e conhecimentos que resultam em excelência no âmbito das principais tendências mundiais do management, do relacionamento e do próprio negócio.

No palco Mundo, passaram palestrantes como o nadador olímpico e empresário Gustavo Borges, o astronauta e senador Marcos Pontes, o ator Marcos Frota, entre outros. O coordenador de Comunicação e Marketing do Sistema Ocepar, jornalista Samuel Milléo Filho, foi um dos convidados para palestrar num dos painéis sobre o carimbo SomosCoop, que contou ainda com a presença de Samara Araújo, gerente de Marketing e Comunicação do Sistema OCB, juntamente com os representantes da Aliança Cooperativa Internacional (ACI), Violetta Nafpaktiti, diretora administrativa da Dotcoop LLC e de Siôn Whellens, diretor da cooperativa de comunicação Caverts. O evento contou ainda com representantes de vários países da América do Sul, como Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Guiana, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai e Venezuela. ■



Milléo participou como palestrante no painel sobre Branding Cooperativo

Soluções financeiras

pensadas para **você.**

VEM JUNTO



CRESOL

C.VALE anuncia reestruturação em seu modelo de administração

Proposta foi aprovada por unanimidade em AGE e agora seguirá para votação na AGO, prevista para início de 2024. Com o novo modelo, cooperativa terá uma diretoria administrativa e uma executiva

Modernizar a gestão é um caminho sem volta para as empresas se manterem sólidas, sustentáveis e perenes nesse novo cenário de mundo. Isto é importante para as empresas porque permite a adoção de práticas mais eficientes, tecnologias avançadas e uma melhor adaptação às demandas do mercado

Atenta a isso, a Cooperativa C.Vale decidiu reestruturar a sua forma de governança. Em Assembleia Geral Extraordinária, no dia 24 de outubro, os associados aprovaram por unanimidade um modelo com uma diretoria administrativa e uma executiva.

Agora, será levada para votação na Assembleia Geral Ordinária, e que está prevista para o início de 2024. Na ocasião, a plenária composta pelos cooperados irá escolher o presidente e mais oito conselheiros administrativos.

Caberá ao presidente eleito indicar o vice-presidente, o diretor-secretário e uma diretoria executiva, que será liderada por um CEO/gerente executivo. A eleição do conselho fiscal permanece igual, com renovação de 1/3 a cada ano.

A AGE, com alteração de algumas cláusulas do estatuto, foi realizada na Asfuca de Palotina e contou com cerca de 100 pessoas, entre associados e funcionários. Para o presidente da C.Vale, Alfredo Lang, o novo formato de gestão segue a proposta de re-



Fotos: Assessoria C.Vale

Com 58 anos de atuação no setor agroindustrial, a cooperativa está passando por uma importante reestruturação em seu modelo de gestão

talização do plano de modernização. “Esse novo formato de gestão vai dar um novo impulso para cooperativa, com maior acompanhamento, controle e maior agilidade na tomada de decisão e execução”.

Segundo Lang, o novo gestor executivo poderá ser um profissional de dentro da própria cooperativa ou contratado no mercado. “Em síntese teremos duas frentes, uma diretoria administrativa para planejar o futuro da cooperativa e uma diretoria executiva que vai colocar em prática o que o quadro social definiu”, resume presidente.

Sobre a C.Vale

Com 58 anos de existência, a C.Vale está sediada em Palotina, no oeste do Paraná. Possui unidades em diversas regiões do estado e, conforme foi se expandindo, ampliou sua atuação para os estados de Santa Catarina, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Paraguai.

Possui 27.200 cooperados e

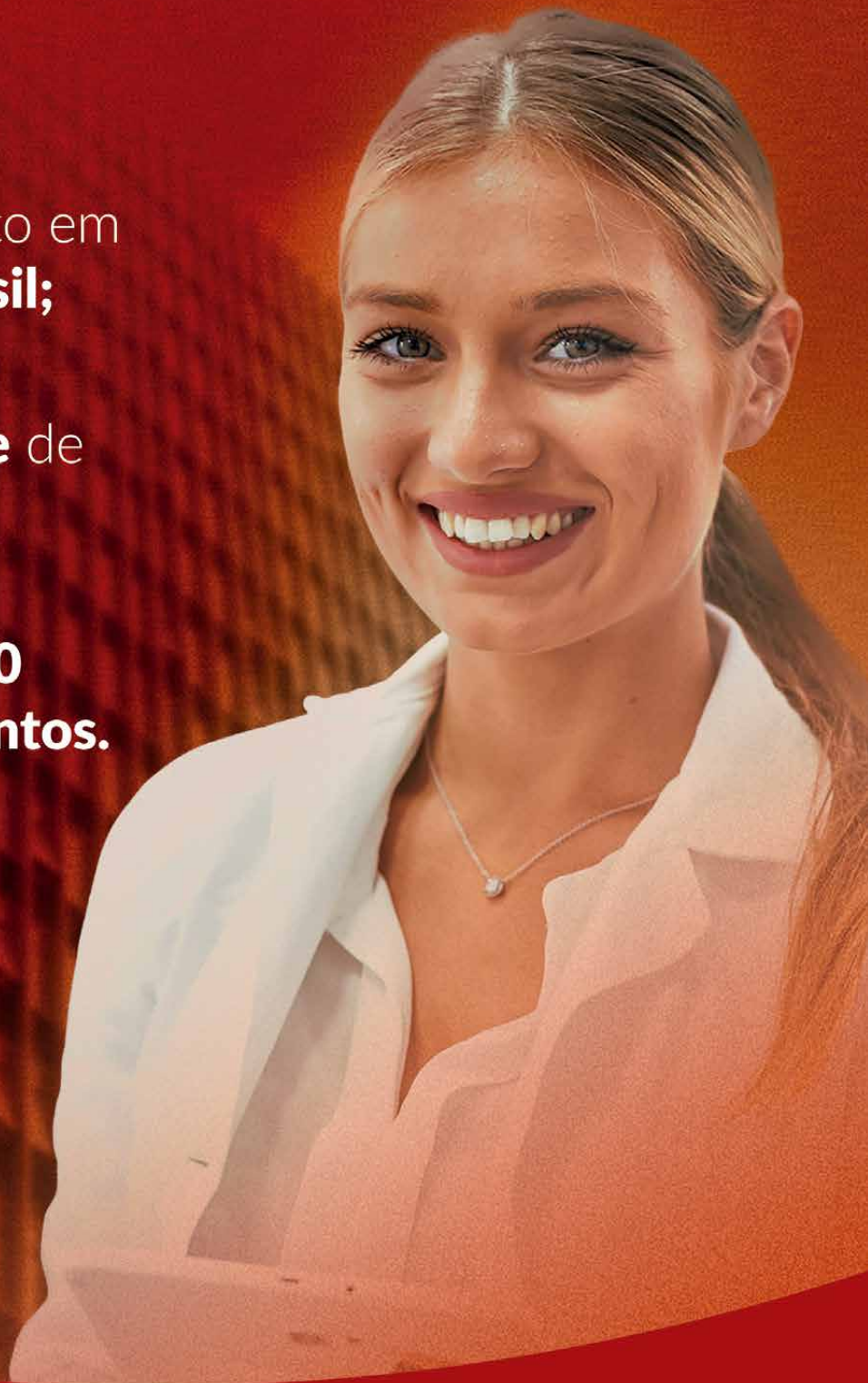
13.630 funcionários. Atua nos setores de agronegócio, avicultura, suinocultura e piscicultura. Oferece serviços de recebimento, armazenagem, processamento e comercialização de grãos, além de produção e distribuição de alimentos de origem animal. Também contribui para a geração de milhares de empregos indiretos nas regiões onde atua, sendo uma importante impulsionadora do desenvolvimento econômico e social. Acesse no QR Code e ouça entrevista do presidente da C.Vale Alfredo Lang à repórter Sara Ferneda Messias sobre como a mudança será na prática. ■

Acesse no QR Code e ouça entrevista do presidente da C.Vale Alfredo Lang à repórter Sara Ferneda Messias sobre como a mudança será na prática.



Cuide do sorriso da sua **Cooperativa!**

- ✓ Atendimento em **todo o Brasil;**
- ✓ **Ampla rede** de dentistas;
- ✓ Mais de **200 procedimentos.**



Faça sua adesão pelo número
0800 052 6000

 **DENTALUNI**[®]
PLANOS ODONTOLÓGICOS

ANS - nº 304484

Líderes de um FUTURO BEM PRÓXIMO

Programa de Cooperativas Mirins e Escolares reuniu centenas de estudantes paranaenses em Carambeí para o “Acampamento Cooperativo”. Organizado pelo Sistema Sescop/Ocepar, o evento teve a Frísia como anfitriã

Ao ouvir os relatos de alguns estudantes sobre o evento “Acampamento Cooperativo”, foi possível compreender como uma ação estruturada como essa mexe com os participantes. Valores e princípios, normalmente tratados na teoria, são realizados na prática. Foram cerca de 300 estudantes e 80 profissionais reunidos por quase 20 horas entre os dias 4 e 5 de outubro no Pavilhão de Exposições Frísia, em Carambeí. Essa foi a segunda edição do Encontro Estadual das Cooperativas Mirins e Escolares e reuniu 32 cooperativas de todo o estado.

O evento, que teve a Frísia como anfitriã, abrigou uma série de atividades do Programa de Cooperativas Mirins e Escolares, ação organizada pelo Sistema Ocepar, por meio do Sescop, baseada nos pilares educação financeira, empreendedorismo, educação ambiental e cooperativismo.

O “Acampamento Cooperativo” reuniu estudantes apoiados pelas cooperativas agroindustriais Frísia, Castrolanda, Agrária; as cooperativas de crédito

Sicoob e Sicredi; e a cooperativa de educação Coopermundi. “Esse evento sintetiza os valores do cooperativismo que estudamos na nossa formação teórica. Falamos aqui em confiança, intercooperação, interação entre as cooperativas, com ganhos significativos a todos os envolvidos”, observa Inácio Perondi Hank, de 16 anos, presidente da Cooperativa Conesco, de Dois Vizinhos.

Alinhado à Base Nacional Comum Curricular (BNCC), o programa conta com uma aprendizagem baseada em projetos que propõem o protagonismo da comunidade escolar. São estudantes, em maioria do quinto ao nono ano, que acampam entre as 18h do dia 4 e as 13h do dia 5, realizando uma série de atividades com a condução do grupo artístico e teatral “Sou Arte”.

Na programação, jogos de socialização, oficinas de circo, contação de história, gincana, palestra com o tema “De dentro para fora: ativando a imaginação criativa e fortalecendo as habilidades emocionais”,

Fotos: Cassiano Possário



Acampamento cooperativo reúne 300 estudantes

Gincoop Kids e espetáculo de variedades. Foram alugados colchões e a alimentação foi produzida na estrutura do Pavilhão da Frísia, anexo ao Parque Histórico de Carambeí.

No Paraná, há 47 cooperativas mirins e escolares em 30 municípios, abrangendo 1.910 associados, estudantes com idade a partir de nove anos, e 89 professores orientadores. “Cada cooperativa escolar tem um objeto de aprendizagem, com a produção de um produto, com todo o cálculo de custo, margem, rentabilidade e pesquisa de mercado. As cooperativas têm presidentes e corpo diretivo.

“Foi uma viagem bem longa e bem significativa na vida deles. Muitos nunca tiveram uma oportunidade como essa de poder estar em contato com algo tão diferente da nossa realidade. Nossas crianças estão se sentindo honradas de estarem aqui”, disse a professora Jocelaine Oliveira, da Escola Municipal Professora Suzana Moraes Balen, de Foz do Iguaçu. Ela orienta a cooperativa Cooperbalen.

Escola e cooperativismo

Todos os preceitos cooperativistas, com destaque para o sétimo princípio - Interesse na Comunidade - são apresentados no projeto. Desde 2021, a Frísia apoia a Cooperativa Escolar da Escola Evangélica de Carambeí (EECOOPER), que integrou a ação no pavilhão com 40 estudantes. O Sescoop subsidia as cooperativas madrinhas com instrutores para capacitarem os estudantes a realizarem as atividades no contraturno.

Beatriz Ventura, de 14 anos, é presidente da Cooperativa EECOOPER e destacou a satisfação por participar do evento. “Está sendo muito divertido esse encontro, bastante colegas, dá para fazer muitas amizades”. “É muito gratificante ver esses jovens unidos, com esse espírito cooperativista e empreendedor”, observa Geraldo Slob, vice-presidente da Frísia.

Para o superintendente do Sescoop, Leonardo Boesche, o Programa de Cooperativas Mirins e Escolares é um grande legado para a sociedade. “São os jovens que estão exercitando essa prática tão importante, para continuar o nosso cooperativismo. É a garantia que nós teremos lideranças em um futuro muito próximo e que poderão dar continuidade a esse



Paraná tem 47 cooperativas mirins e escolares em 30 municípios

legado maravilhoso que nossos pioneiros nos deixaram”, afirma.

Prática

Presidente da Cooperamigos, de Peabiru, Rafaella Eduarda Santos de Carvalho, de 14 anos, conta que os cooperados têm uma horta. “Além de vendermos, doamos para algumas instituições, como a Rede Feminina de Combate ao Câncer e o Lar de Idosos”, diz.

“Na Coopermartin produzimos velas. Somos cerca de 20 cooperados, do sexto ao nono ano, mas estamos pensando em aumentar a idade para ter mais participantes”, destaca Rafaela Niedermayer Pulga, de 13 anos, presidente da Coopermartin, de Marechal Cândido Rondon.

Memória

Giovana Cardoso Versolatto, analista de Desenvolvimento Cooperativo do Sicoob, conta que junto com ela, foram a Carambeí 22 cooperativas mirins. “A gente está construindo memórias para eles, sempre vão lembrar com muito carinho desse momento”, destaca. “Toda a percepção sobre o cooperativismo, a interação com outras escolas, com certeza vai fazer diferença na vida de todos os nossos alunos”, diz a supervisora de Cooperativismo da Castrolanda, Ananda Chuproski.

Para Laura Camila Marques Kievel, de 12 anos, presidente da Coopemaz, de Toledo, “foi uma honra ter sido convidada. Aprendi mais sobre trabalho em equipe, união e respeito ao tempo um do outro. Tudo isso também aprendemos nas cooperativas mirins e são ensinamentos que podem ser colocados em prática nesses encontros”.

(Colaboração Assessoria de Imprensa Frísia)

Compartilhar conhecimento NA ODONTOLOGIA

Cooperativa Dental Uni promoveu a 13ª edição do workshop em parceria com o Sistema Ocepar

O 13.º Workshop Dental Uni, um evento exclusivo para dentistas cooperados da Dental Uni Cooperativa Odontológica, ocorreu no dia 18 de outubro no auditório da FAE Business School, em Curitiba (PR). Sob o tema “Construindo Confiança em Novos Tempos,” o encontro promoveu a conexão entre profissionais da odontologia, fortalecendo a troca de experiências e conhecimentos. O evento foi realizado em parceria com o Sistema Ocepar, por meio do Sescop/PR, que dentro do seu objetivo de levar formação e educação às cooperativas, vem apoiando os

workshops anuais da Dental Uni com os cooperados.

O superintendente da Federação das Cooperativas do Paraná (Fecopar), Nelson Costa, ressaltou a importância da intercooperação entre as cooperativas de odontologia, saúde e crédito, trabalhando em conjunto com as do setor agropecuário. Ele observou que “a Dental Uni já fornece seus serviços aos associados de várias cooperativas. A intercooperação tem sido um trabalho bastante profícuo, com bons resultados”.

O presidente da Dental Uni, Luiz Humberto de Souza Daniel, destacou o workshop como um momento especial no calendário anual da cooperativa, ressaltando que o evento reúne todos os anos profissionais que são referência na odontologia para compartilhar conhecimento e fortalecer os laços de cooperação. “A Cooperativa atingiu conquistas notáveis. Temos 2 mil dentistas cooperados e estamos muito perto de atingir a marca de 1 milhão de beneficiários. Esses números não seriam possíveis sem o esforço conjunto de todos vocês”, ressaltou o presidente na abertura do workshop.

Programação

A programação do evento foi dividida em duas partes. Pela manhã, o ator, aventureiro, apresentador, diretor, produtor audiovisual e escritor Max Fercondini cativou o público ao narrar suas experiências em viagens pelo céu, terra e mar. Com a palestra magna “Mar Calmo Não Faz Bom Marinheiro”, ele destacou o prazer de compartilhar suas histórias, reflexões e aprendizados pilotando pelos céus do Brasil, dirigindo um motorhome pelas estradas da América do Sul e há cinco anos vivendo a bordo de um veleiro, que atualmente está ancorado em Portugal. “Vim de Lisboa especialmente para estar aqui com vocês”, contou Max. Outro tema da manhã foi a longevidade, abordada na palestra “Economia Prateada e seu crescente impacto nos negócios e na sociedade”, com o especialista Wagner Oliveira.

Conhecimento técnico

O período da tarde foi reservado para palestras técnicas. Entre os temas estavam: planejamento estético com resina composta e clareamento dental, vantagens clínicas e biológicas no emprego



Fotos: Assessoria Dental Uni

“Vim de Lisboa especialmente para estar aqui com vocês”

Max Fercondini

de enxerto ósseo sintético, instrumentação mecanizada, adesão e fotoativação e restaurações indiretas em resina e cerâmicas.

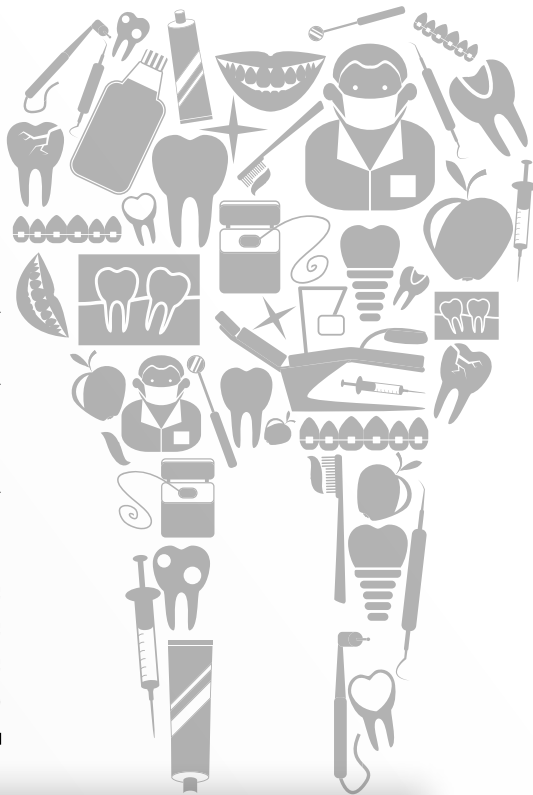
Referência em odontologia estética reabilitadora, o dentista Tiago Veras, abordou o tema “Planejamento Estético Anterior com Resina Composta e Clareamento Dental”. Ele demonstrou as possibilidades que a resina composta oferece, apresentando casos de reabilitações estéticas e os planejamentos específicos de cada caso. “As faculdades de odontologia atualmente não abordam todos esses aspectos. Os dentistas precisam buscar cursos e formação adicional. Trouxe um pouco desse conhecimento adicional comigo”, ressaltou.

“Adesão & Fotoativação - Detalhes que Fazem a Diferença” foi o tema da palestra da dentista especialista no tema Raquel Passos. Ela falou sobre a constante evolução dos materiais e equipamentos. “Adesão e fotoativação são procedimentos diários do dentista e fazem parte da rotina no consultório. Os materiais evoluem rapidamente, tanto os sistemas adesivos quanto os equipamentos usados na fotoativação. Portanto, é importante que os dentistas se mantenham atualizados sobre quais materiais investir e como utilizá-los para obter os melhores resultados nos procedimentos”, explicou.

Raquel ainda alertou que os dentistas devem considerar suas realidades, tanto em termos de procedimentos que realizam quanto dos investimentos que desejam fazer. “Às vezes, o dentista realiza procedimentos mais simples, mas deseja adquirir equipamentos muito caros, sem ter condições de investir. É essencial encontrar um equilíbrio que funcione para

todos, escolhendo um equipamento que atenda às suas necessidades e faça sentido com os procedimentos que ele executa”, disse a palestrante.

A dentista Marileide Inácio da Silva Carneiro destacou a importância do evento para a categoria. Ela conta que se atualizou sobre a toxina botulínica, utilizada em procedimentos terapêuticos na odontologia. “Sempre precisamos nos atualizar e superar nossos próprios desafios, permanecendo abertos às mudanças que estão ocorrendo atualmente”, frisou. ■



Workshop trouxe atualização para dentistas cooperados



Na foto, da esquerda para a direita: Paulo Cruz - diretor de Relações Corporativas e Institucionais FAE, Nelson Costa, superintendente da Fecoopar, Luiz Humberto de Souza Daniel, presidente da Dental Uni, Max Fercondini, palestrante convidado, Wanderley Silva, diretor de Mercado Unimed Curitiba, e Dr. Paulo Cariani, vice-presidente da Dental Uni

Fotos: Assessoria Dental Uni

Conexão Frencoop

Imersão no legislativo estadual

Depois de conhecer o Congresso Nacional e ter contato mais direto com parlamentares paranaenses que atuam no Senado Federal e na Câmara dos Deputados, em Brasília, em 2022, o Grupo de Trabalho (GT) do Programa de Educação Política do Cooperativismo Paranaense teve um momento de aproximação com os responsáveis por deliberar sobre as leis em âmbito estadual, durante visita à Assembleia Legislativa do Paraná (Alep), em Curitiba, no dia 24 de outubro.



Foto: Samuel Millão Filho / Sistema Ocepar

A imersão pelo legislativo estadual fez parte da programação da 5ª reunião do GT deste ano, realizada

com a presença dos coordenadores regionais do grupo. O evento foi aberto oficialmente no Plenarinho pelo deputado Marcel Micheletto (PL), primeiro vice-presidente da Alep, que representou o presidente da Casa, Ademar Traiano, pelo presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, e pela gerente de Relações Institucionais da OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), Clara Maffia. Participaram também os deputados Tiago Amaral (PSD), Fábio Oliveira (Podemos) e Cristina Silvestri (PSDB).

Aproximação com a casa legislativa paranaense fez parte da programação da 5ª reunião do GT do Programa de Educação Política do Cooperativismo Paranaense

“Quero parabenizar a atitude do presidente Ricken e de todos que estão na Ocepar trabalhando nesse relacionamento com os parlamentares”, declarou Micheletto, no discurso de abertura. Ele destacou que este trabalho já existe há mais tempo junto aos parlamentares federais. “Agora fico feliz que a Ocepar também olhe para os deputados estaduais. Muitas coisas passam pela Assembleia Legislativa, leis estaduais que podem melhorar a vida do homem do campo, do cooperativismo, como também podem piorar e, por isso, nós estamos aqui para fazer essa defesa”, enfatizou.

De acordo com o presidente da Ocepar, foi este grupo de trabalho que impulsionou o Programa de Educação Política do Cooperativismo Paranaense. “No último pleito eleitoral federal, estivemos engajados, fazendo um programa apartidário, não ideológico, mas de organização e de educação política”, disse Ricken. Ele informou que o sistema vai continuar investindo em educação política. “Até pela representatividade das cooperativas, não podemos ficar alheios a isso. Passa por nós, não apenas uma representação econômica, mas também política do setor”, acrescentou.

“Ter uma base representativa que defenda o cooperativismo, que nos apoie na aprovação de projetos e de políticas públicas favoráveis ao nosso setor é fundamental e, por isso, iniciamos esse trabalho”, contou Clara Maffia. De acordo com ela, a Ocepar foi a primeira organização estadual a aderir à iniciativa da OCB, fazendo um projeto-piloto em parceria com a instituição nacional, em 2018. “Na eleição de 2022, já vimos um avanço importante desse projeto, que ganhou muito mais robustez com resultados incríveis, como, por exemplo, a eleição aqui no Paraná, de candidatos muito alinhados com o cooperativismo”, informou a gerente da OCB.

A coordenadora de Relações Institucionais do Sistema Ocepar, Danielly Andressa da Silva, explicou que o Programa se tornou permanente no Paraná. “Estamos trabalhando na conscientização do público cooperativista sobre a importância do voto e da escolha de representantes que estejam relacionados ao cooperativismo, que conheçam o nosso modelo de negócio e possam falar por nós nos espaços de decisão em que eles se colocam”, enfatizou.

Após a abertura no Plenarinho, os integrantes do GT fizeram visitas aos gabinetes dos deputados federais e conheceram os outros espaços que integram a estrutura da Alep.

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 projetos de leis favoráveis ao cooperativismo e desenvolver o diálogo com os poderes Executivo e Judiciário



Foto: Marli Vieira / Sistema Ocepar



Workshop foi dividido em três painéis

Eleições municipais e planejamento colaborativo em debate

Após a visita à Alep, a programação seguiu no período da tarde, no auditório do Sistema Ocepar, com um workshop. As atividades iniciaram com a presença do secretário estadual da Agricultura, Norberto Ortigara, que destacou a importância de “não discutir partidos mas, sim, rumos”, incentivando os presentes a participarem ativamente na construção de um futuro melhor.

Depois, foram realizados três painéis. O primeiro, mediado pelo presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, debateu o tema “Por que é importante pensar em eleições municipais”, com o então prefeito em exercício de Curitiba, Eduardo Pimentel, e com o conselheiro do Tribunal de Contas do Estado do Paraná, Augustinho Zucchi.

No segundo painel, moderado por Daniely Andressa da Silva, coordenadora de Relações Parlamentares do Sistema Ocepar, a discussão se concentrou em “Planejamento Colaborativo: Construindo juntos as ações do Programa de Educação Política para 2024”. Participaram Clara Maffia, gerente de Relações Institucionais da OCB, e o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken.

A programação do evento foi encerrada com a palestra “Eleições municipais, conexões e influências no cenário político”, proferida por Fernando Schuler, renomado colunista de veículos de comunicação, que fez parte do terceiro painel.

Impactos positivos

Desde que foi implementado, em 2018, o Programa de Educação Política do Cooperativismo Paranaense é desenvolvido com suporte do Grupo de Trabalho, formado por representantes das cooperativas do Paraná de diversas regiões e de diferentes ramos. Ao longo desse período, a iniciativa tem contribuído para que o setor obtenha conquistas relevantes, na avaliação de integrantes do grupo. Reginaldo José Pedrão, diretor de supervisão da Central Sicredi PR/SP/RJ, destaca, por exemplo, a publicação da Lei Complementar 196, de 2022, que atualizou a Lei Complementar 130, de 2009, que instituiu o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC).

“Por meio desse trabalho de educação política, nós conseguimos vários avanços que nos possibilitaram continuar crescendo. A LC 196 trouxe mudanças na estruturação do modelo de governança e flexibilizou algumas normas e exigências. Essa reformulação foi importante porque o sistema de crédito cooperativo está ocupando cada vez mais espaço, vem agregando mais sócios e oferecendo serviços na mesma linha das demais instituições financeiras. E, com esse crescimento, é importante ter clareza sobre a nossa forma de organização. Então, acompanhar todo esse movimento ajuda na melhoria do processo regulatório, já que toda essa parte legislativa das cooperativas de crédito é regulada pelo Sistema Financeiro Nacional e pelo Banco Central”, disse Pedrão.

O gerente de Governança, Riscos e Integridade da Frimesa Cooperativa Central, Darling Bosco, no GT desde 2018, também faz uma avaliação positiva dos trabalhos realizados por meio do Programa de Educação Política. “É uma iniciativa exemplar da Ocepar, uma vez que hoje em dia não se analisa a política como se deveria, ou seja, não do ponto de vista partidário, mas avaliando o que acontece nesse processo”, afirmou. “E, a partir do trabalho de conscientização que nós também fizemos na Frimesa, é possível perceber que as pessoas já começam a ter uma visão diferenciada sobre a política. Esse trabalho é de suma importância. Hoje em dia você não pode ficar deslocado do poder público em geral, tanto do legislativo como do executivo. Essa integração é muito importante para todos os negócios que as cooperativas têm”, acrescentou.

Em ritmo constante de expansão

Resultado trimestral da Sisprime do Brasil mostra crescimento sólido e expectativa de resultado recorde para 2023

A Sisprime do Brasil, a maior e mais completa cooperativa de crédito independente do país, e a maior com foco na área da saúde, mantém-se em ritmo de expansão. No balanço do terceiro trimestre de 2023, apresentou um resultado sólido e consistente, chegando à marca de 47 mil cooperados.

A cooperativa ultrapassou R\$ 7 bilhões em ativos administrados, um aumento de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior. O valor era a meta para o ano de 2023, mas foi atingido com antecedência. No ano, a Sisprime do Brasil soma um resultado acumulado de mais de R\$ 190 milhões, 23% acima da meta estipulada.

Neste mesmo período, as aplicações cresceram 26% e atingiram R\$ 4,5 bilhões e os empréstimos alcançaram a casa dos R\$ 3 bilhões, um aumento de 12%. A consistência é representada pela expansão de 21% em liquidez, atingindo os R\$ 3 bilhões, aliada à redução da inadimplência para 1,17%.

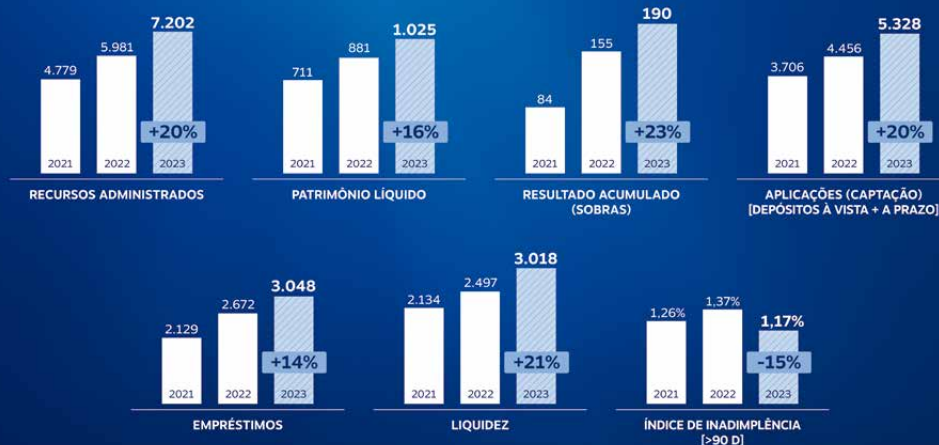
O crescimento das receitas e a estabilidade das despesas trouxeram, no início de outubro, uma melhora na classificação de risco da Sisprime, que passou de A(bra) para A+(bra), que reflete uma perspectiva estável e baixa expectativa de inadimplência a longo prazo. A avaliação é publicada pela Fitch Ratings, agência de classificação de risco independente.

A expansão do cooperativismo de crédito

A Sisprime representa a consolidação e a força do cooperativismo de crédito no país que, ao longo dos anos, mostra um crescimento acima da média do sistema financeiro tradicional. Feito de pessoas para pessoas, o cooperativismo se pauta por uma atuação democrática capaz de gerar emprego e renda, a fim de promover o desen-

EVOLUÇÃO (EM R\$ MILHÕES)

Dados: Setembro/23
Ouvidoria Sisprime do Brasil: 0800 645 3737, Out/23.



FITCH RATINGS

A Sisprime do Brasil é avaliada periodicamente pela Fitch Ratings, renomada agência classificadora de risco, cujas certificações atestam sua solidez.

Em outubro, teve seu rating de longo prazo elevado à categoria A+.



A+ (bra) [LONGO PRAZO]

Perspectiva estável. Baixa expectativa de risco de inadimplência a longo prazo e forte capacidade de pagamento dos compromissos financeiros.



F1 (bra) [CURTO PRAZO]

Reflete o êxito da cooperativa em honrar suas obrigações de pagamento e na estabilidade dos indicadores de liquidez.

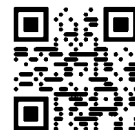
volvimento econômico e social dos locais onde está inserido.

Por conta dessas características, o setor tem capacidade de oferecer taxas mais atrativas e disponibilizar crédito em momentos de crise, o que gera retorno financeiro à comunidade local, possibilitando maiores índices de poupança, empreendedorismo e desenvolvimento econômico.

Fundada em 1997 por um grupo de médicos, a Sisprime nasceu com o propósito de oferecer aos seus cooperados uma nova forma de atuar no mercado financeiro, gerando riqueza e um desenvolvimento com consistência e segurança. Em 2009, foi a primeira



Escaneie o QR Code e saiba mais



cooperativa do país a receber a autorização do Banco Central para acessar o Sistema de Pagamentos Brasileiro e, em 2017, a primeira a emitir cartões próprios.

Atualmente, conta com 46 agências nos estados do Paraná e São Paulo. Com demonstrada solidez e histórico de pioneirismo, a Sisprime comemora os mais de R\$ 7 bilhões em ativos e mantém perspectivas de crescimento para os próximos anos.

Ouvidoria Sisprime do Brasil: 0800 645 3737, Out/23.



POUPANÇA
PREMIADA
SICOOB 2023

Poupança Premiada TEM SORTEIOS DIÁRIOS

Sicoob inicia campanha para valorizar e fortalecer a segurança financeira dos seus mais de 7,5 milhões de cooperados no país

Foto: Assessoria Sicoob

O Sicoob, referência no movimento cooperativista financeiro, lançou em outubro a campanha “Poupança Premiada”, válida até dezembro deste ano. A iniciativa faz parte dos esforços contínuos para valorizar e fortalecer a segurança financeira dos mais de 7,5 milhões de cooperados em todo o Brasil.

É ainda uma forma de reiterar o compromisso da instituição financeira cooperativa em oferecer uma opção de reserva financeira simples e segura; além de proporcionar aos poupadores a oportunidade de participar de sorteios diariamente, tornando a experiência ainda mais atrativa e recompensadora.

Durante a promoção, a cada R\$ 200 investidos na poupança, os participantes ganham um cupom para concorrer a prêmios, seguindo as regras do regulamento. Nesta edição, os sorteios serão realizados através de raspadinhas da sorte e ocorrerão diariamente.

Outra novidade é que os pontos acumulados para os ganhadores dos prêmios instantâneos podem ser trocados por diversos produtos e serviços no Shop Coopera. Além disso, os participantes terão a chance de concorrer a três caminhões recheados de prêmios e que incluem ainda um carro zero quilômetro.

A campanha é destinada a todos os poupadores

desde que tenham pelo menos 18 anos. O regulamento completo está disponível em sicoob.com.br/poupancapremiada.

Sobre o Sicoob

Instituição financeira cooperativa, o Sicoob tem mais de 7,5 milhões de cooperados e está presente em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal. Oferece serviços de conta corrente, crédito, investimento, cartões, previdência, consórcio, seguros, cobrança bancária, aquisição de meios eletrônicos de pagamento, dentre outras soluções financeiras. É formado por 338 cooperativas singulares, 14 cooperativas centrais e pelo Centro Cooperativo Sicoob (CCS), que é composto por uma confederação e um banco cooperativo, além de uma processadora e bandeira de cartões, administradora de consórcios, entidade de previdência complementar, seguradora e um instituto voltado para o investimento social. Ocupa a primeira colocação entre as instituições financeiras com maior número de agências no Brasil, com mais de 4,5 mil pontos de atendimento, e, em mais de 388 municípios, é a única instituição financeira presente. Acesse o site www.sicoob.com.br para mais informações. ■

Sicredi celebra Dia Internacional das Cooperativas de Crédito

Com o tema “As cooperativas de crédito apoiam pessoas, impulsionam negócios e transformam comunidades”, a data foi comemorada na terceira quinta-feira de outubro

O dia 19 de outubro marcou as comemorações do Dia Internacional das Cooperativas de Crédito (DICC). O Sicredi celebrou a data, instituída pelo Conselho Mundial das Cooperativas de Crédito (Woccu), que neste ano teve como tema “As cooperativas de crédito apoiam pessoas, impulsionam negócios e transformam comunidades”, mostrando como a instituição, por meio do modelo de negócio cooperativo, beneficia os associados e as regiões onde atua.

“Hoje, no Sicredi, somos mais de 100 cooperativas juntas na construção de uma sociedade mais justa e próspera, e ficamos felizes de fazer parte deste grande movimento, que entendemos ser transformador”, afirmou o presidente do Conselho de Administração da SicrediPar, Fernando Dall’Agnese.

Dados do Panorama do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC) do Banco Central (BC), divulgados em julho passado, mostraram que o cooperativismo de crédito é um elemento essencial na promoção da inclusão financeira da população brasileira. O número de associados no país já chega a 15,6 milhões de pessoas físicas e jurídicas, sendo que quase 45% estão ligados ao Sicredi, que tem mais de 7 milhões de associados. Ao final do primeiro semestre, os associados à instituição se dividiam em: 75% Pessoas Físicas (PF), 14% Pessoas Jurídicas (PJ) e 11% Agro.

Ainda de acordo com Panorama do SNCC, 55,3% dos municípios brasileiros contavam com pelo menos uma unidade de atendimento de cooperativas de crédito (semelhante às agências bancárias). Com mais de 2,5 mil pontos de atendimento, o Sicredi vem expandindo em quase 50% o número de agências desde 2018. Em mais de 200 municípios é a única instituição financeira com presença física, ofertando mais de 300 produtos e serviços financeiros e não financeiros. “Acreditamos na importância da presença física e do relacionamento próximo, aliada à comodidade do atendimento digital, para contribuir com a promoção da cidadania e a inclusão financeira da população” enfatizou o diretor presidente do Banco Cooperativo Sicredi, César Bochi.

Como ferramenta de transformação da sociedade, o Sicredi considera a sustentabilidade na gestão do negócio, com foco na ampliação do impacto positivo que causamos e gerando valor para os associados e comunidades. A instituição integra o Pacto Global da ONU, fortalecendo a busca pelo desenvolvimento sustentável em todos os aspectos do negócio

Benefícios do cooperativismo

No primeiro semestre de 2023, o Sicredi também divulgou o quarto estudo da série “Benefícios do Cooperativismo de Crédito” denominado “A Efetividade do Cooperativismo”, com o objetivo de analisar a relevância do atendimento físico para a inclusão financeira plena. A pesquisa mostrou que a presença de cooperativas de crédito nos municípios resulta em uma alta de 5,6% na renda por pessoa, elevação de 6,2% no índice de empregos formais e aumento de 15,7% do empreendedorismo local.

Além disso, em termos de renda, foi apontado que as cooperativas conseguem operar em municípios com PIB de pelo menos R\$ 79 milhões, enquanto para os bancos é necessário um PIB mínimo de R\$ 146 milhões. Adicionalmente, 50% das agências de bancos privados estão em municípios com população de 21 mil habitantes. Entre as cooperativas, este indicador cai para 12 mil habitantes e no Sicredi 50% das agências estão em municípios com até 11 mil moradores. ■

Foto: Divulgação



Melhore os resultados da sua lavoura com a **Agricultura de Precisão C.Vale**

Aumento de até
+22%
na produção agrícola.



Lavouras com **Manejo de Precisão C.Vale** podem obter um resultado ainda melhor com **aumento da produção média em até 22%**. Para mais informações converse com o consultor técnico da sua unidade.

c.vale

anos
60

Prosperar é a razão da nossa existência.

Os dados aqui descritos são uma estimativa da média de produtividade divulgada espontaneamente por associados C.Vale que utilizaram os serviços de Agricultura de Precisão conforme recomendado pela equipe técnica e não podem ser entendidos como uma garantia, pela C.Vale, de que as áreas com manejo de Agricultura de Precisão serão incrementadas, uma vez que outros fatores, externos ao manejo com Agricultura de Precisão, influenciam nos resultados da lavoura.

Entre as melhores empresas PARA TRABALHAR NO PARANÁ

Cresol subiu ao pódio do ranking Great Place to Work (GPTW) no estado pelo quarto ano consecutivo

A Cresol, uma das principais cooperativas financeiras do país, conquistou novamente a 3ª posição no ranking Great Place to Work (GPTW) no Paraná. O resultado demonstra, mais uma vez, o compromisso da cooperativa com a gestão de pessoas e a cultura organizacional voltada para a transparência, colaboração e constante aprimoramento das condições de trabalho. O ranking foi divulgado no dia 9 de outubro, em Curitiba (PR).

A confiança e o engajamento dos colaboradores são elementos-chave para o sucesso da Cresol, que visa não apenas atender às necessidades financeiras de seus cooperados, mas também criar um ambiente propício para o desenvolvimento profissional e pessoal de sua equipe.

O ranking GPTW é uma ferramenta fundamental para identificar empresas que se destacam na promoção de um ambiente de trabalho positivo e saudável. O Trust Index (índice de confiança) da Cresol alcançou 92 pontos percentuais, representando que as pessoas permanecem na empresa por oportunidade de crescimento e desenvolvimento, por alinhamento dos valores e por qualidade de vida. O índice também mostra

Foto: Assessoria Cresol



Ranking foi divulgado durante evento realizado no dia 9 de outubro, em Curitiba

a confiança na alta liderança e na organização, aumentando, consequentemente, índice de confiança dos colaboradores em relação à empresa.

Outro ponto importante na avaliação de confiança diz respeito aos feedbacks. Quanto maior a frequência dessas conversas entre líderes e liderados, maior o engajamento das pessoas. Como reflexo positivo, 69% dos respondentes disseram ter recebido três ou mais de três feedbacks no período de um ano na Cresol.

“Cada colaborador tem as suas expectativas e seus anseios e saber que podemos atendê-los, tendo um resultado tão positivo, é uma tarefa muito importante e muito honrosa. Nossos parabéns a todas as equipes, que não medem esforços para construirmos juntos essa Cresol, que é uma das melhores empre-

sas para trabalhar”, disse Luiz Levi Tomacheski, vice-presidente da Central Cresol Baser, que acompanhou a premiação.

Desde 2019, ano em que começou a participar da pesquisa, a Cresol vem ocupando posições de destaque no ranking geral das Melhores Empresas para Trabalhar e também nas categorias Instituição Financeira e Agronegócio. No estado do Paraná, onde a cooperativa nasceu, esse é o 4º pódio conquistado. Ficou fora apenas no primeiro ano, quando estreou em 7º lugar.

“Estamos orgulhosos porque a nossa cooperação é convertida em conquistas. Esse feito só é possível graças ao comprometimento de todos os colaboradores, que são os verdadeiros responsáveis por esse reconhecimento”, acrescentou Alzimiro Thomé, presidente da Cresol Baser. ■

Segunda agência em Toledo

O pioneirismo que sempre acompanhou a história da Uniprime Pioneira fez mais um marco. A segunda unidade na cidade de Toledo, no oeste do Paraná, foi inaugurada dia 19 de setembro no primeiro *strip mall* da cidade, o Villa Nattu, um centro comercial que reúne vários serviços e que tem por conceito oferecer conforto e segurança aos consumidores em um único lugar.

Localizado fora do centro, porém em uma área de grande circulação, o espaço foi escolhido estrategicamente para atender os cooperados que preferirem sair da área central, bem como, estimular a adesão de novos cooperados. Além disso, a construção do centro comercial seguiu os criteriosos padrões internacionais de sustentabilidade Leed, o mesmo que certificou a atual sede da cooperativa no nível Platinum.

A estrutura interna da agência segue os projetos executados em outras unidades, preservando o conforto, a segurança e a acessibilidade. Porém, tem seus diferenciais, como o conceito contemporâneo e minimalista em seus 234 metros quadrados divididos entre o mezanino e o térreo. Nele, estarão os setores destinados ao atendi-

mento dos cooperados com recepção, dois guichês de caixas, sala de reuniões e quatro estações de atendimento para negócios, além de dois caixas de autoatendimento com horário estendido.

Para o presidente da Uniprime Pioneira, Orley Campagnolo, a nova agência coroa uma trajetória de sucessos e conquistas. “Nossa cooperativa conta com índices de crescimento muito acima da média do sistema financeiro tradicional, com a marca de R\$ 669 milhões em ativos totais, R\$ 570 milhões em recursos totais e mais de 12.500 cooperados. Mas não estamos aqui para falar de números e, sim, de pessoas. São elas que nos emprestam sua confiança e nos depositam a credibilidade para fazer o que fazemos. Quando isso se soma a um propósito, conseguimos justificar nossa essência, a essência do cooperativismo que é produzir prosperidade”, disse em seu discurso durante a cerimônia de inauguração. Cooperados, conselheiros, diretores, colaboradores e parceiros do projeto participaram do evento realizado em frente ao espaço.

Uma nova experiência

Para o diretor-administrativo e de expansão, Félix Fornari, a se-

gunda agência da Uniprime em Toledo chega para oferecer uma nova experiência ao cooperado. “Ela é moderna, conta com estacionamento amplo, segurança, horário de autoatendimento estendido e muitas oportunidades de bons negócios, tanto para pessoa física quanto jurídica”, contextualizou o diretor.

Ele afirmou que Toledo comprovou seu potencial e por isso se justifica uma segunda unidade da cooperativa em uma das regiões mais promissoras da cidade. “Aqui nasceu a Uniprime Pioneira e a cidade é merecedora dessa nova agência. Especialmente nesta região, que é um polo de crescimento e traz um diferencial para o nosso público”, complementou.

O gerente da nova unidade, Guilherme Bazani Banas, fez o convite para toda a comunidade conhecer o espaço, os serviços, produtos e o atendimento da Uniprime. “Estamos em uma área muito próspera e esperando todos que tiverem interesse em conhecer os diferenciais e as vantagens de ser um cooperado Uniprime”, finalizou. ■

Expansão

O projeto de expansão da Uniprime Pioneira avança em 2023. Além da segunda unidade na cidade-sede da cooperativa, outras duas agências serão inauguradas, ambas no Mato Grosso do Sul. Dourados e Campo Grande foram escolhidas por suas características, como alto potencial econômico e de crescimento, além do vínculo já estabelecido da comunidade com a cooperativa.

O diretor-administrativo e de expansão afirma que as expectativas são altas e que os projetos das agências estão avançando. “São cidades estratégicas e que projetam um expressivo fomento no número de cooperados, na captação e nos investimentos. Tudo isso fortalece e impacta positivamente toda a cooperativa”, relatou Félix.



Foto: Assessoria Uniprime Pioneira

○ Cerimônia de inauguração ocorreu no dia 19 de setembro

Presente e futuro da GESTÃO EM SAÚDE



As tecnologias, movimentos e tendências que estão moldando o futuro da gestão em saúde foram exploradas no 9º E-Saúde, evento que ocorreu nos dias 10 e 11 de outubro, em Curitiba (PR). Centenas de profissionais e interessados na área se reuniram no auditório do Sebrae para a edição de 2023, em que especialistas de renome internacional discutiram as transformações atuais e necessárias na maneira como cuidamos da saúde.

O 9º Encontro de Tecnologia Aplicada à Gestão em Saúde foi realizado pela Unimed Paraná, em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), e contou com o apoio da Unimed Curitiba, Federação das Santas Casas de Misericórdia e Hospitais Beneficentes do Estado do Paraná (Femipa), Associação Médica do Paraná (AMP), Academia Médica, Sebrae-PR (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Sociedade Brasileira de Informática em Saúde (SBIS) e Sistema Ocepar.

Na solenidade de abertura, autoridades do setor ressaltaram o valor da parceria com a Unimed Paraná na realização do E-Saúde. “É uma cooperação muito importante, que tem trazido bons resultados desde o primeiro evento”, disse o presidente da Femipa, Charles London.

O presidente da AMP, Nerlan de Carvalho, destacou a relevância do encontro: “O E-Saúde sempre preza pela qualidade de suas apresentações, suas palestras, e em especial, está atento às novas tendências em tecnologia e trata-



Três painéis integraram a programação do evento

mento de dados e o valor dentro do conceito total.”

Marcus Volney de Moraes, presidente do Sindicato dos Médicos do Paraná (Simepar) e diretor de Prevenção e Promoção à Saúde da Unimed Curitiba, comparou a harmonia da apresentação de abertura do Quinteto de Cordas da PUCPR às necessidades do sistema de saúde: “Se você olhar as partituras, você vê que é essa soma de dados que, de forma harmônica, produz emoções e conhecimento. Os dados e as informações fazem parte do tratamento em saúde. Se consigo ter informações sobre o que está acontecendo com os nossos pacientes, consigo um resultado melhor. Considero que o fato de ser a nona edição deste evento mostra o quanto isso é importante.”

O coordenador do Programa de Pós-Graduação de Tecnologia em Saúde da PUCPR, Percy Nohama, enfatizou a importância das discussões fomentadas pelo E-Saúde diante dos novos desafios que se apresentam ao setor, incluindo as sequelas clínicas, sociais e psicológicas da Covid-19: “Uma nova era está surgindo com a inteligência artificial, a saúde digital, a educação cibernética, as cida-

des inteligentes. É a aurora de um novo tempo e de um novo homem, e cada vez é preciso voar mais alto, com ousadia, criatividade e sem medo.”

Já o presidente da Unimed Paraná, Paulo Faria, ressaltou o valor das parcerias e destacou a importância da inovação para uma resposta eficaz do Sistema Unimed Paranaense diante de um mercado cada vez mais desafiador. “No ano passado, investimos valores significativos em 18 iniciativas, agrupadas em quatro grandes eixos de tecnologia e inovação, o que gerou, só nesse último ano, mais de R\$ 4 milhões em benefícios fiscais, por meio da Lei do Bem.”

“Os projetos da Federação têm por foco principal colaborar nos processos das singulares, reverberando na meta fundamental das cooperativas: ofertar condições ideais de trabalho para nossos cooperados e excelência nos recursos e programas de saúde para nossos beneficiários. Para isso, a tecnologia pode e deve ser uma aliada.”

O evento foi dividido em três painéis e contou ainda com a realização do 7º Seminário dos Estudantes de Tecnologia em Saúde (Setes). ■



*Sisprime é **A+(bra)**.*

A Fitch Ratings, renomada agência de classificação de risco de crédito independente, recentemente atribuiu à Sisprime do Brasil melhora em seu rating, que passou de A(bra) para **A+(bra)**.

A elevação reflete o fortalecimento do perfil de negócios da Sisprime e a melhora de sua rentabilidade, com baixos níveis de inadimplência e elevada capitalização.

Sisprime do Brasil.

*Ao seu lado, em constante **evolução**.*



*Escaneie o
QR Code
e saiba mais.*

sisprime
cooperativa de crédito

R\$ 400 MILHÕES PARA APOIO AO TRIGO

Foi publicada, na edição do dia 18 de outubro do Diário Oficial da União (DOU), a Portaria Interministerial nº 12, de autoria dos Ministérios da Agricultura e Pecuária (Mapa), do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), do Planejamento e Orçamento (MPO) e da Fazenda (MF), que autoriza a destinação de R\$ 400 milhões para apoiar a comercialização de trigo por meio de leilões de Pepto (Prêmio Equalizador pago ao Produtor Rural) e Pep (Prêmio para o Escoamento de Produto). A medida atende à demanda das cooperativas agropecuárias. “Essa decisão era bastante aguardada por nós e muito importante para promover o escoamento da safra de trigo e dar condições aos produtores para que continuem produzindo alimentos em condições mais adequadas e com mais tranquilidade”, disse o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken.



Foto: Banco de Imagens CNH

ACESSO DAS COOPERATIVAS AO PRONAF

O Conselho Monetário Nacional (CMN) publicou, no dia 28 de setembro, a Resolução nº 5.104, que ajusta as normas de crédito rural contratadas no âmbito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Uma das mudanças atende ao pleito das cooperativas, encaminhado ao governo federal por meio do Sistema OCB e demais organizações estaduais, como a Ocepar. Trata-se do artigo 3º da Resolução, que possibilita a retomada da participação das cooperativas agropecuárias que possuem, no mínimo, 60% de agricultores familiares em sua composição social ao Pronaf. Além disso, foram ajustados os limites de contratação de algumas linhas de financiamento do Programa, possibilitando o enquadramento das cooperativas em duas faixas do Pronaf Agroindústria, Pronaf Industrialização de Agroindústria Familiar e Pronaf Cotas-Partes. As medidas têm vigência até 30 de junho de 2024.



Foto: Assessoria Copagri



Foto: Rodrigo Leati/Félix/Secretaria de Estado da Infraestrutura e Logística

MELHORIAS EM INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

Os desafios relacionados à infraestrutura e logística foram tema da 33ª reunião do Comitê de Infraestrutura do Movimento Pró-Paraná e Instituto de Engenharia do Paraná, realizada no dia 10 de outubro, na sede do Sistema Ocepar, em Curitiba. O secretário de Infraestrutura e Logística do Paraná, Sandro Alex, foi convidado para tratar do assunto. Em seu pronunciamento, ele fez um retrospecto da situação das rodovias durante e após as concessões, destacou investimentos prioritários e abordou o novo modelo de concessão em andamento. Alex também destacou a importância da colaboração do setor produtivo na busca por soluções: “Você são participantes do governo. São nossa equipe técnica”, ressaltando que as cooperativas, empresas do setor e entidades de representação conhecem de perto a realidade das estradas, identificam os gargalos e sabem das necessidades de melhorias, tornando-se parceiros essenciais do governo na construção de estratégias de melhorias.



Foto: Raíael Marconatto

ENTRE AS 500 MAIORES EMPRESAS DO SUL

Vinte e sete cooperativas do Paraná, dos ramos agropecuário, crédito e saúde, estão em destaque no ranking das 500 Maiores Empresas do Sul do Brasil de 2023. São elas: Coamo (6º), Lar (11º), C.Vale (12º), Cocamar (28º), Copacol (32º), Integrada (39º), Castrolanda (43º), Frísia (45º), Coopavel (64º), Frimesa (66º), Coasul (69º), Capal (71º), Unimed Curitiba (104º), Coopertradição (114º), Copagrill (146º), Bom Jesus (148º), Sisprime do Brasil (166º), Credicoamo (172º), Coagru (224º), Unimed Londrina (249º), Unimed Maringá (276º), Unimed Paraná (303º), Coagro (340º), Unimed Cascavel (346º), Sicoob Cascavel (421º), Sicoob Sul (430º) e Unimed Ponta Grossa (446º). O levantamento feito pelo Grupo Amanhã e a PwC Brasil há 33 anos é considerado o mais importante estudo deste tipo na região, com análise de 28 segmentos, a partir de diferentes indicadores econômicos. No recorte que leva em consideração apenas o Paraná, o cooperativismo paranaense também marca uma boa presença, com 20 representantes.

CONECTIVIDADE NO CAMPO

No dia 10 de novembro, representantes do governo estadual, órgãos públicos e agentes de representação estadual se reuniram no Sistema Ocepar, em Curitiba, para discutir a conectividade no campo. A reunião também contou com a participação de representantes de organizações como a Ocepar, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), e a Federação dos Trabalhadores Assalariados Rurais do Estado do Paraná (Fetaep). O principal objetivo do encontro foi promover um diálogo conjunto para identificar soluções que possam melhorar a conectividade no campo, visando potencializar as ações de inovação no estado do Paraná. Jaffer Basen, analista do SESCOOP/PR, destacou a importância da iniciativa, afirmando: “Juntos, discutimos possíveis soluções para melhorar a conectividade no campo, com o propósito de maximizar as ações de inovação, contribuindo com o desenvolvimento das cooperativas paranaenses e do estado como um todo.”



DOUTOR AGRO NA OCEPAR

No dia 26 de setembro, o professor Marcos Fava Neves, conhecido em seu canal do Youtube como Doutor Agro, esteve na sede do Sistema Ocepar, em Curitiba, acompanhado do diretor da rádio CBN Curitiba, Amarildo Lopes, e do diretor do jornal Diário dos Campos, de Ponta Grossa, Wilson Souza de Oliveira. Eles foram recebidos pelo presidente da organização, José Roberto Ricken, superintendentes e demais gestores da casa. Fava Neves estava cumprindo agenda do ciclo de palestras CBN Agro em várias cidades paranaenses. Após sua passagem pelo Sistema Ocepar, ele discorreu sobre o tema “Aproveitando as grandes oportunidades no agro”, no Hotel NH, na capital paranaense, e, no dia seguinte, na sala de eventos da Associação Comercial e Industrial de Ponta Grossa (Acipg), nos Campos Gerais. Segundo Fava Neves, o Brasil vive um momento incrível de muitas possibilidades para o agronegócio, tanto interna como externamente.



PREVENÇÃO E CONTROLE DA INFLUENZA AVIÁRIA

Com a participação de 50 dirigentes e técnicos de cooperativas paranaenses, o Sistema Ocepar promoveu, no dia 28 de setembro, um webinar com a finalidade de debater as boas práticas adotadas no mundo com relação à prevenção e controle da influenza aviária. Participaram como convidados especiais, o médico veterinário, formado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e atualmente diretor global do setor animal da Merck Sharp & Dohme – MSD, nos Estados Unidos, Fernando Vargas, o diretor do Serviço Nacional de Sanidade, Inocuidade e Qualidade Agroalimentar (Senasica) do México, e da Comissão México e Estados Unidos na prevenção da Febre Aftosa e outras enfermidades exóticas dos animais (CPA), Roberto Navarro López, e a diretora Técnica da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), Sullivan Alves. O evento foi conduzido pelo médico veterinário e analista da Gerência de Desenvolvimento Técnico da Ocepar, Alexandre Monteiro.

NOVA EDIÇÃO REVISADA E AMPLIADA

Está disponível no Portal Paraná Cooperativo a versão online da segunda edição ampliada e revisada do livro “Agronegócio e Cooperativismo no Paraná”. O conteúdo foi elaborado por profissionais da Gerência de Desenvolvimento Técnico da Ocepar (Getec). Com 95 páginas, a publicação é dividida em cinco capítulos: Introdução; O Paraná e o agronegócio; Cooperativismo no Paraná; Emprego e Renda no Agronegócio e Agregação de Valor no Cooperativismo. O estudo traz um resumo dos indicadores do agronegócio e do cooperativismo agropecuário paranaense, visando proporcionar uma compreensão rápida das bases dos dois segmentos no estado. O material, ilustrado com infográficos e mapas, serve como fonte de informações para cooperativas, organizações e sindicatos rurais tomarem decisões sobre investimentos. Os dados são baseados em fontes oficiais, como a Conab, ONU, IBGE, Iparde e Seab/Deral. Acesse a publicação escaneando o QRCode

ANTT DISCUTE PONTOS DE PARADA E DESCANSO

No dia 25 de setembro, a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) promoveu a Reunião Participativa nº 2/2023 com o tema Pontos de Parada e Descanso - PPDs. Os PPDs estão previstos na Lei 13.103/2015 e foram regulamentados pela ANTT por meio do Decreto 8.433/2015 e da Deliberação 358/2022, com a finalidade de garantir a segurança viária em rodovias concedidas. O debate foi promovido em três sessões para tratar do texto da minuta de resolução que esboça o modelo ideal a ser adotado pelas concessionárias para implementação do projeto. A reunião tratou principalmente sobre a obrigatoriedade de parada e, por outro lado, a falta de locais com essa finalidade nas estradas. A OCB esteve presente para entender a proposta e avaliar como as cooperativas de transporte podem inovar nesse processo que ainda está em maturação.



Foto: Divulgação

SINGAPURA PROSPECTA OPORTUNIDADES COMERCIAIS

O Sistema OCB recebeu na Casa do Cooperativismo, em Brasília, o chefe da Missão de Singapura no Brasil, Desmond Ng, com o objetivo de apresentar ao diplomata o panorama do cooperativismo no Brasil, o potencial de exportações das cooperativas brasileiras e o relacionamento mantido com a Federação Nacional de Cooperativas de Singapura. Na ocasião, a Coordenação de Relações Internacionais apresentou à equipe da embaixada a programação da Missão Prospecção de Oportunidades Comerciais das Cooperativas do Mercosul à Ásia. A iniciativa, liderada pelo Ministério da Agricultura e Pecuária no âmbito da Reunião Especializada de Cooperativas do Mercosul (RECM), e apoiada pelo Sistema OCB, manterá reuniões de negócios na Índia, Singapura e Filipinas, entre o final do mês de outubro e a primeira semana de novembro. Localizado no sudeste asiático, a cidade-estado de Singapura é o quinto maior destino das exportações brasileiras.



Foto: Divulgação



Foto: Divulgação



Foto: Divulgação

SUSTENTABILIDADE DOS PLANOS DE SAÚDE

A Unimed do Brasil realizou, de 3 a 5 de outubro, a 52ª Convenção Nacional Unimed, em Brasília. A abertura contou com a participação do vice-presidente do Brasil, Geraldo Alckmin, do presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, do ministro do STJ e corregedor nacional de Justiça, Luis Felipe Salomão, do presidente da ANS, Paulo Rebello, além de deputados e outras lideranças. O evento fomentou o debate pela busca por soluções para o desafio de tornar os planos de saúde mais sustentáveis e acessíveis a um maior número de pessoas, garantindo a qualidade da assistência. Os participantes destacaram a importância da saúde suplementar, que atende a mais de 25% da população brasileira, contribuindo para aliviar a forte demanda sobre o sistema público, e das cooperativas, que têm tido um papel relevante para o desenvolvimento socioeconômico do país.

UNIMED PR NO PROGRAMA ESG+COOP

Mais de 40 profissionais da Unimed Federação Paraná iniciaram a etapa de formação do Programa ESG+Coop, no dia 28 de setembro, em Curitiba. "O objetivo deste primeiro módulo é trazer um panorama geral sobre ESG para a alta direção, bem como conectar o tema à realidade da cooperativa", esclarece o analista técnico do Sescop/PR, Luiz Felipe Alves Amado. Participaram da formação 40 pessoas, entre integrantes dos Conselhos Administrativos e Fiscal, além de executivos da Unimed Paraná. Na oportunidade, o Sistema Ocepar foi representado pelo superintendente do Sescop/PR, Leonardo Boesche. Também esteve presente a equipe do Isae, instituição parceira da iniciativa, que conduzirá o treinamento. Esta é a 19ª turma que inicia a etapa de formação do Programa ESG+Coop, que conta atualmente com mais 50 cooperativas aderentes, das quais 35 já estão nesta fase.

MBA EM BANKING PARA COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Quarenta e dois alunos finalizaram o MBA em Banking para Cooperativas de Crédito, no dia 6 de outubro, durante evento online. Divididos em equipe, eles apresentaram 11 trabalhos de conclusão do curso para uma banca de professores da Universidade Federal do Paraná (UFPR), entidade parceira do Sistema Ocepar na execução da formação. “Os trabalhos tiveram como referência o cenário atual do sistema cooperativo de crédito, funções da cooperativa e abordagens analíticas, a fim de potencializar o conhecimento e atuação dos profissionais nas suas cooperativas”, afirma o gerente de Desenvolvimento Humano do Sescop/PR, Leandro Macioski, que também participou da banca de avaliação. Com duração de 18 meses, o curso iniciou em 2022 e teve por objetivo desenvolver habilidades e competências nos empregados das cooperativas de crédito, levando em conta as particularidades do sistema cooperativo, com o propósito de aumentar os resultados do ramo.



Foto: Divulgação

COAMO FORMA 122 JOVENS APRENDIZES

A Coamo formou 122 jovens aprendizes. A solenidade, realizada no auditório da cooperativa, em Campo Mourão (PR), no dia 6 de outubro, foi prestigiada pelos pais dos formandos e profissionais que os acompanharam em 2022 e 2023. Estavam presentes também a equipe de Desenvolvimento Profissional da Gerência de Gestão de Pessoas responsável pelo programa, professores e gestores do Senac e do Sescop/PR, entidades parceiras. O Jovem Aprendiz é um programa que faz parte da história da Coamo. Durante todo o curso, os participantes atuam em diversas áreas da cooperativa. Nos últimos dez anos, passaram pela Coamo mais de três mil aprendizes e, nos últimos cinco anos, 30% foram contratados. Além do trabalho desempenhado na Coamo, eles participaram simultaneamente de um curso no Senac. No total, o programa conta com 1.600 horas de estudo e prática.



Foto: Assessoria Coamo



Foto: Assessoria Integrada

IDEIAS INOVADORAS SÃO PREMIADAS

No início de outubro, a Integrada premiou os colaboradores que apresentaram projetos inovadores por meio do Programa Silo de Ideias. Seis trabalhos foram reconhecidos na categoria “Novas ideias”. Eles passaram por duas etapas de avaliação, em que o comitê técnico analisou a viabilidade das propostas e, em seguida, os colaboradores montaram um modelo de apresentação, avaliado pelo comitê final. Uma das ideias reconhecidas foi apresentada pelos colaboradores João Carlos Cobres, Valdir Duarte e Andre Soares de Brito, da Matriz e da unidade de recebimento de Ibiaporã. Eles sugeriram colocar um eixo fixo a mais no veículo de transporte de produtos agrícolas da cooperativa. Com essa iniciativa, será possível transportar 400 toneladas a mais por ano, aproximadamente 2 mil quilos a mais por viagem. “É importante a gente conseguir melhorar a nossa produção. Com a mesma estrutura, conseguimos atender melhor as regionais”, afirma João Carlos Cobres (na foto à direita).

PERSONALIDADE DE MARKETING 2023



Foto: Marcelo Elias

GERENTE DO AGROLEITE É HOMENAGEADA

Mais de 3 mil executivos de todo o estado do Paraná elegeram os grandes vencedores do Prêmio Personalidades 2023, evento promovido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil – seção Paraná (ADVB/PR) há mais de 15 anos. Entre os homenageados deste ano estiveram a jornalista e gerente do Agroleite da Castrolanda, Leila Gomes, como Personalidade de Marketing, o diretor comercial da Ademicon, Adriano Bruni, Personalidade de Vendas, e o diretor do Grupo Muffato, Ederson Muffato, Empresário do Ano. A premiação, ocorrida no dia 29 de setembro, no Graciosa Country Club, em Curitiba, reuniu 250 convidados e tem o objetivo de reconhecer e homenagear os profissionais de destaque do Paraná, em suas áreas de atuação. Outra cooperativa finalista desta edição do Prêmio foi a Lar, de Medianeira, com Daniel Oliveira, gerente nacional de vendas. Na solenidade, o Sistema Ocepar foi representado pelo coordenador de Comunicação e Marketing, jornalista Samuel Milléo Filho.

“
Perde-se tempo e dinheiro por falta de comunicação no campo, afinal, investimos muito em tecnologia e não temos o retorno adequado”

CRISTIANE FAIOLLA

Produtora e filha de cooperado da Cocamar em entrevista a edição 213 da revista Paraná Cooperativo sobre falta de conectividade no campo



Foto: Divulgação

“
Uma pessoa mediana empoderada por tecnologia torna-se melhor do que o maior expert humano trabalhando sem tecnologia

”

MARTHA GABRIEL

Palestrante, escritora e professora de Inteligência Artificial na pós-graduação da PUC-SP

“
Propósito não é um discurso sobre salvar o mundo. É o desejo e a necessidade de reconhecer você, sua essência e seu impacto sobre os outros por meio da ação

”

ALEXANDRE PELLAES

Pesquisador e professor, especialista em temas relacionados a novos modelos de gestão, RH, liderança e futuro do trabalho

“
Se você pratica a reclamação, será especialista em ver defeito em tudo

”

PAULA HARRARA

Palestrante, executiva, empreendedora, educadora e pensadora

“
Não tenha medo de ter medo. Tente, mesmo com o risco de tentar. O desafio pode ser grande, mas a força que existe em você é ainda maior

”

MARCOS PONTES

Engenheiro, astronauta e político brasileiro

CARNE

É COM C DE
cocamar



16º Prêmio OCEPAR de Jornalismo

INSCRIÇÕES

ONLINE

premio.
paranacooperativo.
coop.br



Tema:

“Econômico, social,
ambiental e governança
fazem parte do DNA das
cooperativas do Paraná”

Veiculação

Matérias publicadas/veiculadas no
período de 1º de agosto de 2022
a 29 de fevereiro de 2024

Prazo

Inscrições dos trabalhos
devem ser feitas até às 23h59
de 29 de fevereiro de 2024

Realização:



Patrocínio:



Apoio:

