



## Confira 9 dicas para melhorar a comunicação com o cooperado

O sentimento de pertencimento dos cooperados é um dos grandes diferenciais que tornam o cooperativismo tão único e competitivo. Diante disso, ele precisa ser continuamente estimulado em prol da construção de uma cultura sólida calcada nos valores do cooperativismo. A maior aliada dessa jornada é proporcionar uma efetiva comunicação com o cooperado. Além disso, a comunicação com o cooperado é essencial para que as cooperativas possam perpetuar seus valores, incentivar o engajamento e receber *feedbacks* da comunidade. Esses fatores ajudam a fortalecer não só a sua cooperativa, mas também o ecossistema cooperativista de negócios como um todo. Em meio ao acelerado processo de transformação digital, a comunicação com o cooperado ganha novas ferramentas, ao mesmo tempo em que precisa enfrentar desafios para tirar proveito das mudanças tecnológicas, culturais e geracionais. Tudo isso sem deixar de lado a transparência e a governança. **Nove dicas para aprimorar a comunicação com o cooperado** Diante desse cenário, o NegóciosCoop reuniu nove dicas para que sua cooperativa possa aprimorar a comunicação com o

cooperado, tornando os laços mais fortes e a participação mais ativa – sempre com informações pertinentes e conteúdo de qualidade. Confira! **1. A comunicação com o cooperado começa por um onboarding receptivo e esclarecedor** Uma boa comunicação com o cooperado é um ponto de partida fundamental para construir uma relação produtiva desde o início. Nesse sentido, que tal proporcionar um *onboarding* para que os cooperados conheçam melhor o modelo de negócios cooperativista, com suas particularidades? Por mais que o cooperativismo brasileiro seja uma potência econômica, muita gente desconhece como ele funciona por dentro. A hora de integrar novos cooperados representa uma grande oportunidade para divulgar os princípios do cooperativismo e reforçar como os cooperados são os donos do negócio. A Viacredi, cooperativa de crédito que integra o Sistema Ailos e conta com mais de 900 mil cooperados, realiza dezenas de encontros de boas-vindas todo mês de forma *online* e presencial. Os eventos são ministrados pelas lideranças dos postos de atendimento. Todos os cooperados que se associam à Viacredi são convidados a participar do encontro e conhecer mais sobre a cooperativa, sua atuação na vida das pessoas e no desenvolvimento da comunidade. Todo mês, a cooperativa recebe mais de 8 mil novos cooperados. O *onboarding* é uma maneira de fazer com que o crescimento e a cultura da cooperativa se desenvolvam lado a lado. **2. Promova assembleias híbridas e digitais** A pandemia de Covid-19 acelerou um movimento de crescimento de eventos digitais e interativos, como é o caso das assembleias. Novas ferramentas tecnológicas se consolidaram, ao mesmo tempo em que a legislação foi modernizada para que as cooperativas pudessem realizar esse

momento tão importante de forma remota. A realização de assembleias híbridas e digitais, aliás, permite que mais cooperados possam participar e exercer o segundo princípio cooperativista: a adesão voluntária e livre. Além disso, existe a possibilidade de fazer votações assíncronas, dando flexibilidade ao processo. O resultado é que mais cooperados vão estar por dentro dos resultados e iniciativas da cooperativa. Foi o que aconteceu na mineira Expocaccer (Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado). Durante a pandemia, a cooperativa passou a realizar assembleias digitais em seu processo de comunicação com o cooperado. Assim sendo, a primeira assembleia semipresencial da Expocaccer aconteceu em 2020. Mesmo com o fim das restrições, a cooperativa manteve o modelo de suas assembleias. Essa nova forma de comunicação com o cooperado, inclusive, pode fomentar a intercooperação. Para a realização de suas assembleias híbridas, a Expocaccer utilizou o aplicativo Curia, que foi desenvolvido por outra cooperativa, a Coopersystem. **3. Utilize as redes sociais na comunicação com o cooperado** Um levantamento da consultoria Comscore revela que o Brasil é o 3º país que mais consome redes sociais no mundo. O ambiente virtual se tornou fundamental para a divulgação das marcas e também cria oportunidades para que as cooperativas se comuniquem com seus cooperados. Nesse cenário, as redes sociais se apresentam como canais importantes para comunicar e engajar os cooperados, tanto em relação a conteúdos informativos quanto a uma comunicação voltada à solidificação de identidade de marca e cultura organizacional da cooperativa. As mídias sociais, afinal, não existem só para fazer marketing. Veja, por exemplo, o caso da

Coplacana. Em 2020, a cooperativa agropecuária diagnosticou uma falta de engajamento e participação dos jovens, o que abriu os olhos das lideranças para problemas na sucessão familiar nas propriedades dos cooperados. O Núcleo Jovem Coplacana foi, então, criado para lidar com essa desconexão geracional. A estratégia do Núcleo Jovem Coplacana tem as redes sociais como protagonistas na comunicação com o cooperado jovem. A iniciativa conta com uma conta no Instagram administrada pelos integrantes do grupo, de forma a criar uma comunidade que irá preparar os futuros líderes da cooperativa. **4. Proporcione uma boa experiência digital do cooperado** A interação online deve ser protagonista da comunicação com o cooperado. Um estudo da NordVPN mostra que os brasileiros passam mais da metade de seus dias conectados à internet. Em média, as pessoas começam a se conectar às 8h33 e ficam *online* até depois das 22h. Na prática, isso quer dizer que, em uma semana, os brasileiros passam mais de 90 horas conectados. Dessa forma, boa parte das interações entre cooperativa e cooperado serão digitais: redes sociais, aplicativos, plataformas, sites. Diante dessa realidade, portanto, proporcionar uma boa experiência *online* é fundamental na comunicação com o cooperado. Nesse sentido, é fundamental implementar conceitos de experiência do usuário, o que envolve o *design* de todo o processo e busca entregar boas experiências ao usuário, incentivando hábitos e comportamentos. A interface das plataformas também melhora a maneira com que os usuários interagem com um determinado aplicativo, dispositivo ou *software*. **5. Faça comunicação com o cooperado para mantê-lo informado** O cooperado é dono da cooperativa. Portanto, ele deve estar por dentro de todas as informações relevantes tanto em relação à operação e resultados da cooperativa quanto do mercado em que ela atua. Esse, então, precisa ser um dos papéis

centrais da comunicação com o cooperado. O associado tem que estar a par para que possa exercer seu poder democrático e tomar boas decisões de negócios. Ademais, a transparência é um dos focos para a boa governança cooperativa. A mineira Coocafé (Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha), por exemplo, desenvolveu o aplicativo iCoop, onde os cooperados podem acessar informações diversas sobre a cooperativa e o mercado de café. **6. Tenha canais para receber feedback dos cooperados** A comunicação com o cooperado é uma via de mão dupla. Dessa forma, ter canais para receber *feedbacks* é uma ótima maneira de estreitar relações com os associados e coletar informações importantes para a estratégia de negócios. Analógicos ou digitais, formulários para que os cooperados possam compartilhar suas impressões, elogios e reclamações ajudam as cooperativas na identificação de falhas e oportunidades para o futuro. Ficar de olho em comentários e reações das redes sociais também é um caminho para coletar *feedbacks* dos cooperados. Além disso, as cooperativas podem realizar ativamente pesquisas para avaliar periodicamente as percepções dos cooperados, de forma a analisar as mudanças, avanços e surgimento de problemas. Por fim, tenha sempre o cuidado de mostrar para o cooperado que ele está sendo ouvido e que sua opinião importa. **7. Proporcione canais de comunicação com o cooperado inclusivos e acessíveis** O cooperativismo é democrático e inclusivo – e esses fatores têm que ser levados em conta durante a comunicação com o cooperado, afinal, a diversidade é um dos pontos fortes do movimento cooperativista. É por isso que a comunicação precisa ser empática e levar em conta todos os públicos cooperados. Evitar termos preconceituosos e excludentes contribui para a construção de uma comunidade sólida e propositiva que, ainda por cima, é benéfica para os negócios e a inovação. Além disso, dar uma

atenção especial à acessibilidade, como fez a CooperJohnson, tem tudo a ver com os valores cooperativistas. A cooperativa de crédito desenvolveu um novo canal de atendimento em vídeo para se comunicar com os cooperados surdos por meio da linguagem brasileira de sinais (LIBRAS). Após a identificação da demanda por acessibilidade no atendimento de cooperados com deficiência auditiva, a CooperJohnson avaliou alternativas tecnológicas e chegou à solução adequada ao seu público. Como resultado, a cooperativa percebeu um aumento na quantidade de contatos realizados por esse público – o que resulta, ainda, em mais negócios fechados. **8. Explore as diversas possibilidades de comunicação com o cooperado** A tecnologia abriu uma série de possibilidades e novos canais para que as cooperativas possam se comunicar com seus cooperados. Dessa forma, é possível identificar o perfil dos associados e selecionar as alternativas que melhor se encaixem para interagir com essas pessoas. Algumas dessas oportunidades são: **Informativos:** são como jornais periódicos dedicados a informar ao cooperado sobre os temas mais importantes que ele precisa saber. A periodicidade pode variar de acordo com a necessidade: semanal, mensal, semestral. É possível desenvolvê-los em parceria com alguma agência de comunicação ou até por conta própria, com distribuição totalmente digital ou impressa. A Viacredi, por exemplo, prepara um informativo mensal que é distribuído nas agências e em seu portal. **Newsletters:** são e-mails periódicos que reúnem informações, notícias, novidades e avisos relevantes para os cooperados. Tudo isso chega na caixa de entrada dos cooperados com agilidade e alta distribuição. **Podcasts:** eles estão em alta e não é à toa que agradam muita gente, de maneira que podem potencializar a comunicação com o cooperado mais engajado nas tendências de comunicação digital. A cooperativa

agropecuária goiana Comigo produz o Comigocast, um podcast em que líderes e especialistas da coop discutem temas relevantes relacionados à produção e gestão dos negócios. **Vídeos:** o consumo de conteúdo audiovisual não para de crescer e se apresenta como uma ferramenta importante para estreitar o relacionamento com o cooperado. A Sicredi reúne mais de 77 mil assinantes em seu canal no YouTube, que hospeda centenas de vídeos diversos dedicados a todos os perfis de seus associados. Ou seja: as possibilidades são bem diversas. Cabe a cada cooperativa conhecer o seu cooperado e produzir conteúdo de qualidade para que a comunicação seja efetiva e cheia de engajamento. **9. Comunicação em prol do aprendizado** Em sua jornada de aprimorar a comunicação com o cooperado, as cooperativas também têm o papel de educar e prover aprendizados que vão gerar desenvolvimento tanto no âmbito dos negócios quanto pessoal. Nessa seara, as cooperativas podem promover, por meio de parcerias ou plataformas próprias, canais de educação e aprimoramento técnico e profissional aos seus cooperados. Essa é uma forma de agregar valor e aumentar a interação ao mesmo tempo em que os valores cooperativistas são preservados e propagados. Um exemplo é a Faculdade Unimed, que disponibiliza diversos cursos não só para cooperados do Sistema Unimed, mas para diversas cooperativas mantenedoras. Um outro caso de sucesso é o Progrid, que promove educação e formação para os associados das cooperativas ligadas ao Sistema Ailos, composto por cooperativas de crédito do Sul. O Sistema OCB também conta com uma plataforma de educação cooperativista: é o CapacitaCoop, que conta com mais de 150 cursos disponíveis em diversas áreas relevantes para líderes e cooperados, confira! **Conclusão: comunicação com o cooperado é prioridade** Mais do que nunca, as cooperativas têm ferramentas para se aproximar de

seus associados, em uma interação enriquecedora para todos. Com isso, a comunicação com o cooperado deve ocupar um lugar de destaque no planejamento. Uma cooperativa é uma comunidade e a comunicação tem um papel vital para fortalecer os negócios e aproximar as pessoas, independentemente do Ramo ou tamanho da cooperativa. E já que estamos falando desenvolver redes e criar laços, que tal conferir o nosso curso de *networking*? Lidar com pessoas nunca vai deixar de ter um papel importante para os negócios e a carreira profissional, então confira esse curso gratuito disponibilizado no CapacitaCoop! *Fonte: NegóciosCoop*



## Inovar e cooperar com a saúde é tema central da Convenção Unimed

A 52ª Convenção Nacional Unimed acontece entre os dias 03 a 05 de outubro. O evento será realizado em Brasília, no Centro Internacional de Convenções do Brasil (CICB) e tem como tema central *Inovação, Inclusão e Cooperação na Saúde*. O presidente da Unimed do Brasil, Omar Abujamra Júnior, enfatiza a importância do evento para trazer discussões profundas sobre o papel do cooperativismo médico na assistência à saúde dos brasileiros.

"A Convenção reafirma o compromisso da Unimed com a excelência e acessibilidade na assistência à saúde", declarou. A programação do evento começa com a cerimônia de abertura oficial e um jantar de confraternização no dia 03 de outubro, terça-feira, a partir das 19 horas. O presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas, estará presente e destaca a importância e expressividade das cooperativas médicas. "As cooperativas de saúde aplicam qualidade em 83% dos municípios brasileiros. O Brasil é líder nesse setor, com 720 cooperativas que atendem 25 milhões de pessoas", afirmou. Nos dias seguintes, quarta (04) e quinta-feira (05), as atividades começam às 09 horas e incluem diversas palestras, visitas à feira de negócios e encerramento às 18h30. Palestrantes como Gustavo Loyola, especialista em tendências e consultoria; Helvécio Miranda, especialista em clínica médica e epidemiologia; Cristiane Segatto, jornalista; e Sérgio Ricardo Santos, consultor na área de saúde, estarão presentes em debates sobre temas como *Sustentabilidade da Saúde, Segurança do Paciente, Saúde digital e Prática médica*. De acordo com a Unimed Brasil, serão três dias de imersão para reflexão sobre o futuro do cooperativismo médico e as transformações necessárias para que esse modelo de negócio seja longo, tanto na medicina contemporânea, como na vida dos brasileiros. A Convenção promete ser um marco no setor da saúde, reunindo profissionais, líderes e especialistas para discutir temas cruciais e buscar soluções inovadoras que beneficiem a saúde da população brasileira. O SomosCoop também estará presente no evento com um estande interativo que irá oferecer games com realidade virtual e brindes. Além disso, os visitantes terão um espaço de convivência com café produzido por cooperativa. Confira a programação completa em [convencao.eventosuni-medbrasil.com.br](http://convencao.eventosuni-medbrasil.com.br)



## Embrapa 50 anos: Sistema OCB participa de solenidade

O Sistema OCB participou da Solenidade Embrapa 50 anos de contribuições às Políticas Públicas, realizada nessa terça-feira (26), na Câmara dos Deputados, com a presença de diversas autoridades públicas e entidades do setor produtivo brasileiro. Além da presidente da Embrapa, Sílvia Massruhá, o evento contou com a participação do presidente da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), deputado Arnaldo Jardim (SP), do presidente da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA) e membro da Frencoop, deputado Pedro Lupion (PR), e do ministro do Desenvolvimento Agrário (MDA), Paulo Teixeira. Eles destacaram o papel fundamental da empresa no fomento de estudos e pesquisas para impulsionar a agropecuária brasileira e mundial e pontuaram que a parceria com a Embrapa tem produzido bons frutos. Entre os pontos importantes para o avanço da pesquisa agropecuária para os próximos anos, foi citada a necessidade de políticas agrícolas robustas e acompanhadas de planos econômicos, ambientais e sociais, bem como a necessidade de maior investimento alocado para essa finalidade.

## COOPESTADO Cooperativa de Economia e Crédito Mútuo dos Servidores Públicos na Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro LTDA.

CNPJ nº 04.995.006/0001-05 NIRE JUCERJA nº  
 33.4.0004.127-5

### CONVOCAÇÃO DE ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA (AGE)

A Presidente do Conselho de Administração da COOPESTADO, no uso das atribuições que lhe confere o Estatuto Social, convoca os 1083 (hum mil e oitenta e três) cooperados em condições de votar, a se reunirem em sua sede social, para a Assembleia Geral Extraordinária, que se realizará na Rua Desembargador Izidro nº 40 salas 104/105, no Bairro da Tijuca, CEP 20521-160, Rio de Janeiro/RJ, no dia 10 de outubro de 2023, obedecendo aos seguintes horários e quórum para instalação, sempre no mesmo local, em 1ª (primeira) convocação, às 9 horas, com a presença de dois terços (2/3) do número total de associados; em 2ª (segunda) convocação, às 10 horas, com a presença de metade mais um do número total de associados; em 3ª (terceira) e última convocação, às 11 horas, com a presença mínima de dez associados, para deliberarem sobre o seguinte: 1º) Reforma Parcial Estatutária do Artigo 1º, item I que tratará da mudança de endereço da Sede Social da COOPESTADO para a Rua Senador Dantas nº 71, sala 1806 – Centro - Rio de Janeiro/RJ - 20031-202; 2º) Assuntos de interesse social. Rio de Janeiro, 26 de setembro de 2023,

Roseane, Presidente do Conselho de Administração.

