

REVISTA

EDIÇÃO 38 – SETEMBRO/2020

COCREDMAIS

SICOOB COCRED



CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Ministro Marcos Pontes comenta o desenvolvimento de vacinas e medicamentos para combater o novo coronavírus

MAIS VELOCIDADE

Crescimento dos provedores regionais de internet acelera na pandemia

SEGURANÇA E EFICIÊNCIA

Cocred inaugura centro tecnológico com investimento de R\$ 5 milhões

ENTREVISTA

Luiza Helena Trajano destaca a importância da digitalização nos negócios

VAREJO

Supermercados vendem mais na quarentena e amenizam perdas do setor

É tempo de transformação!

A expectativa pela descoberta de um medicamento ou vacina contra o novo coronavírus deu à ciência e à tecnologia uma visibilidade, seja na mídia ou nas rodas de conversa, que havia sido perdida. O anseio pela cura e a esperança por salvar vidas têm levado a sociedade a refletir sobre a importância dessas duas áreas na vida humana.

É – e sempre foi – por meio de estudos científicos que o mundo se desenvolveu. Por isso, nesse momento, mais do que nunca, a defesa da ciência e da tecnologia é condição essencial para vencer a pandemia. E essa certeza é o esteio do ministro de Ciência, Tecnologia e Inovações, Marcos Pontes, que concedeu uma entrevista exclusiva à Cocred Mais sobre o assunto.

Já no campo econômico, quem deve “salvar” os resultados do varejo são os supermercados e as farmácias. É claro que esses segmentos sentiram os efeitos da pandemia, mas eles têm resistido aos desafios e, apostando na empatia e solidariedade, ficaram ainda mais próximos dos clientes, fornecendo o que as famílias brasileiras mais precisaram durante o isolamento social.

Consciência coletiva! Esse é o principal diferencial das pessoas a partir de agora e que precisa ser levado em conta nos negócios. Pelo menos é o que afirma a empresária Luíza Helena Trajano, uma das principais vozes do varejo no país, que também concedeu uma entrevista à Cocred Mais, destacando a importância da responsabilidade social das empresas nesse momento.

A 38ª edição da Cocred Mais está repleta de histórias dos nossos cooperados para inspirar você nesse momento de transição e adaptação. A pandemia ainda não terminou, o novo coronavírus ainda não foi vencido. Mas, quando isso ocorrer, o mundo não será mais o mesmo e a transformação está sendo necessária para todos.

Boa leitura e boa reflexão! =)

COCREDMAIS



Crédito: Leonardo Marques/MCTI

Foto da capa: Neila Silva/MCTI

TECNOLOGIA E INFORMAÇÃO

06 Provedores regionais à frente nas conexões de internet no Brasil

NOVIDADES

10 Sicoob Cocred investe R\$ 5 milhões em Data Center maior e mais moderno

ENTREVISTA

16 Ciência e tecnologia no enfrentamento ao novo coronavírus

COOPERATIVISMO

20 Sicoob Moob segue tendência e oferece cursos *online* gratuitos

PRA VOCÊ

26 Academias apostam em aulas virtuais para driblar a quarentena

PRODUTOS E SERVIÇOS

30 Do campo à cidade: linhas de crédito para todas as necessidades

SAÚDE

34 Farmácias “de bairro” se destacam pela humanização da saúde

PRA VOCÊ

38 Supermercados se adaptam, vendem mais e amenizam perdas do varejo

ENTREVISTA

42 Solidariedade e digitalização: os legados da pandemia no varejo

NOVIDADES

48 Sicoob Cocred segue investindo e inaugura agência em Cajobi

AGRONEGÓCIO

50 Em tempos de pandemia, pausa para o café!

CIDADE DESTAQUE

56 Santa Rosa de Viterbo: do império agrícola à industrialização

FINANÇAS

64 Endividamento público: quem paga a conta da Covid-19?

CLASSIFICADOS

66 Grandes oportunidades a um clique de você



REVISTA COCRED MAIS
www.sicoobcocred.com.br

OUIDORIA SICOOB COCRED
0800 725 0996

CRÍTICAS, ELOGIOS E
SUGESTÕES DE PAUTA
comunicacao@sicoobcocred.com.br

GERÊNCIA
Adalberto José Igual Júnior

SUPERVISÃO
Leandro Martins MTB 0079729/SP

REDAÇÃO E EDIÇÃO
Adriano Oliveira MTB 0049065/SP

PROJETO GRÁFICO
Ideatore Comunicação

DIAGRAMAÇÃO
Diego Fernandes Feliciano

TIRAGEM
1.000 mil exemplares

GRÁFICA
São Francisco Gráfica e Editora

Com o Crédito Verde Cocred, você tem o apoio que precisa para plantar a semente do crescimento sustentável nos seus negócios. Uma linha de financiamento fácil e exclusiva, criada para fomentar o uso de energias renováveis.

- » **Rápida aprovação de crédito**
- » **Sem incidência de IOF diário para produtores rurais**
- » **Pagamento em até 60 meses para produtores rurais e 48 para outros segmentos**
- » **Taxa a partir de 0,65% ao mês**

Converse com seu gerente e comece a cooperar com o desenvolvimento do futuro.

cocred.com.br

   **sicoobcocred**

Ouvidoria - 0800 725 0996 - Atendimento seg. a sex. das 8h às 20h.
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458.

CRÉDITO VERDE COCRED.

VOCÊ DE MÃOS DADAS
COM A SUSTENTABILIDADE.



 **SICOOB COCRED**

Vem crescer com a gente.

PROVEDORES REGIONAIS À FRENTE NAS CONEXÕES DE INTERNET NO BRASIL

Total de clientes triplicou em 10 anos: atendimento personalizado e alta velocidade são algumas vantagens.

Todo mundo já percebeu que a pandemia acelerou o processo de digitalização da vida. De uma hora para outra o *home office* passou a ser padrão, as salas de aula se tornaram virtuais, o lazer foi para a tela da TV, do notebook, tablet ou celular. Até as compras, inclusive de alimentos, ficaram quase que exclusivamente *online*. E tudo isso demandou internet, a grande rede que interliga computadores em todo o mundo. Internet cada vez mais rápida e de qualidade.

Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o uso da internet cresceu entre 40% e 50% no Brasil durante a quarentena. Consumo que ocorreu não só nas capitais brasileiras, mas principalmente no interior, que sofreu por meses com as consequências dos elevados índices de contágio do novo coronavírus. Uma oportunidade e tanto aos provedores regionais de internet, que já vinham a todo o vapor conquistando mercado desde o ano passado.

Esse segmento encerrou 2019 como o principal grupo fornecedor de banda larga fixa no Brasil, com 9,88 milhões de conexões. Isso representa três vezes mais do que há 10 anos, quando o total de conexões era de 2,45 milhões. O que impressiona ainda mais é o crescimento desses provedores em regiões dominadas por grandes teleoperadoras. No sudeste do país, por exemplo, o aumento do setor no ano passado foi de 32%, em relação a 2018.

Diretor presidente da Weclix, que atende moradores de Ribeirão Preto e Sertãozinho, Fabrício Kameyama afirma que houve um aumento de 40% no consumo de internet por assinante no período de isolamento social. Além disso, o pico no volume de tráfego, que era das 18h às 22h, hoje tem início já durante a tarde. Isso se deve às aulas *online* e ao *home office*, além do uso da internet em plataformas de *streaming*, como Netflix e Amazon Prime Video.



Fabrício Kameyama, diretor presidente da Weclix, provedor cooperado da Sicoob Cocred

“Também fomos surpreendidos pela pandemia. Rapidamente colocamos o time administrativo em *home office* e adotamos o procedimento de checagem diária dos técnicos de instalação, verificando as condições de saúde, aferição de temperatura, uso de EPIs. Felizmente, não tivemos nenhuma ocorrência de Covid, apesar de as instalações e manutenções não terem parado, até porque nosso serviço já se tornou essencial. Ninguém pode ficar sem internet”, diz.

Fabrício conta que a Weclix começou a ser planejada há cerca de três anos por uma família de investidores da região de Ribeirão Preto que percebeu nesse segmento uma oportunidade de negócio e se juntou a um grupo que já possuía infraestrutura de fibra ótica na cidade. O projeto foi apresentado a uma consultoria financeira de São Paulo, que não só aprovou, como também se tornou sócia-investidora. Em 2018, a empresa saía do papel.

Atualmente, a Weclix conta com 130 funcionários e trabalha para atender 100% dos territórios de Ribeirão Preto e Sertãozinho. Além de Fabrício, a equipe de gestão conta com Ricardo Campos, diretor de operações, Kátia Andrade, diretora de Marketing e Comercial, e Giulliano Mendes, diretor Administrativo e Financeiro. Apesar de não revelar o total de clientes, a empresa considera satisfatórios os resultados dos dois primeiros anos de atuação.

“No Brasil, existem cerca de 13 mil provedores regionais. Poucos têm uma gestão profissional e os que possuem já contam com fundos de investimentos, grandes gestores. Os investidores não queriam investir em um provedor que estivesse operando, até porque a gente sabe de alguns problemas, vícios. A gente tem um planejamento forte e bem feito, uma equipe profissional, qualificada, focada na gestão, na qualidade do serviço e no atendimento ao cliente”, afirma.

O mercado é tão promissor que tem atraído a atenção até de quem não é do segmento, como o ginecologista Sidney Infante, que decidiu abrir o próprio provedor de internet em Pontal porque estava insatisfeito com o serviço que era oferecido a ele. O médico comprou um link dedicado para uso pessoal, mas, algum tempo depois, já estava compartilhando a internet com amigos que também enfrentavam problemas com as operadoras. Surgia ali o projeto da Net Pontal.



O que falta nesse mercado? Assistência. Ele é carente em assistência. Por isso, as grandes teles perdem para nós. A grande tele[operadora] se preocupa em vender o produto. O marketing para vender é extraordinário. Depois que o contrato é assinado, entregam um serviço que não foi o prometido e nenhuma assistência. Quando o cliente precisa, fica dois, três, quatro dias parado. Enquanto pequeno provedor, estamos próximos dos clientes. Eles sabem onde eu moro, onde é meu estabelecimento comercial.

Sidney Infante, proprietário da Net Pontal



Atualmente, a Net Pontal conta com 5,5 mil clientes não só na cidade, como em Dumont, Sertãozinho, Ribeirão Preto e Pradópolis. Sidney conta que antes da pandemia realizava entre 50 e 60 instalações por mês. Em março, primeiro mês do isolamento social, o número de novas conexões saltou para 280. O empresário ampliou a rede e já planeja aumentar ainda mais a capacidade, assim como adquirir equipamentos mais sofisticados para oferecer aos usuários.

“A gente planejava fazer uma nova aquisição de link, ou seja, aumentar o que a gente já recebia da operadora, no final do ano. Mas, em junho, no meio do ano, já esgotamos completamente nossa capacidade. Contratamos 30% a mais da banda que tínhamos. Com um mês alcançamos a meta. Acredito que cresceu cerca de 40% o consumo do link. Então, fomos ampliando a rede. Como nossa fibra está em Ribeirão Preto, consigo comprar o link mais barato”, explica.



Sidney Infante, proprietário da Net Pontal e cooperado da Sicoob Cocred há 8 anos

Por fim, quem ganha é o consumidor, que recebe um serviço com qualidade e por um preço justo. De acordo com Sidney, os provedores regionais têm como vantagem o custo menor frente às grandes operadoras, além das equipes otimizadas e o contato próximo dos clientes, o que garante um atendimento personalizado e focado nas reais necessidades de quem contrata.

“Em cidade pequena, a pessoa sabe que eu sou o dono da internet. Se ela tem um problema na conexão, vai à minha casa e eu, com toda certeza, vou deslocar um técnico para resolver. Isso sem dizer que dificilmente ocorrem problemas grandes, como ruptura de fibra. É muito raro. O que faz a gente crescer é atendimento. Cliente satisfeito é fundamental. O boca a boca é a coisa mais importante nesse negócio”, afirma o empresário.

Mas, não é só o atendimento que fideliza um cliente de provedor regional. Em geral, os usuários buscam um serviço rápido e eficaz, e nem sempre as grandes operadoras conseguem atender todo o território nacional com a mesma qualidade, uma vez que concentram suas atividades nas capitais e regiões metropolitanas. Já a conexão oferecida por provedores locais é tão boa ou até melhor do que o serviços das grandes empresas.



Ângelo Micheleto Junior, proprietário da 3AX Fibra e cooperado da Sicoob Cocred há quase 20 anos

Proprietário da 3AX Fibra, com sede em Pontal, Ângelo Micheleto Junior conta que desde os tempos da internet discada os provedores regionais largavam na frente, oferecendo o serviço a rádio. Aliás, foi nessa época que pequenos e médios passaram a ser reconhecidos pela qualidade de conexão. Só que o mercado tecnológico está em constante atualização e não demorou muito para a internet via rádio ser substituída pela fibra ótica, muito mais rápida e eficiente.

“Uma antena na casa do cliente apontava para a nossa torre. Mas, com isso, a gente era obrigado a alugar ou comprar terrenos para subir as torres com quatro painéis para atender todos os lados da cidade. Começaram as limitações novamente e passamos a investir em fibra ótica. Cabeamos toda a cidade de Pontal. Hoje, 100% do município têm fibra ótica e ampliamos o serviço para Pitangueiras. Até os bairros novos têm nossa internet em alta velocidade”, afirma.

Cooperado da Sicoob Cocred há quase 20 anos, Ângelo registrou crescimento de 23% no número de clientes no primeiro semestre deste ano, em relação ao mesmo período de 2019. Mesmo em meio à pandemia, a 3AX Fibra foi transferida para um novo prédio e conta, atualmente, com 15 funcionários. Segundo o empresário, a satisfação do cliente com o serviço oferecido é a principal propaganda dos provedores regionais de internet.

“A qualidade do link ofertado é realmente aquela que chega à casa do cliente. Enquanto as grandes operadoras colocam em contrato 60% da velocidade contratada, a gente assume o compromisso de oferecer 100%. Por mais que as grandes teles tenham

muita propaganda, a gente se beneficia do boca a boca, da indicação. Então, acredito que a gente continuará crescendo”, destaca.

E realmente ainda há muito o que ser explorado nesse mercado. Por exemplo: se, antes, a internet era majoritariamente consumida por jovens, atualmente se dissemina entre todas as faixas etárias, inclusive idosos, cujos interesses variam desde redes sociais e aplicativos de mensagens, a serviços de *streaming* de vídeo e de uso corporativo, afinal, é cada vez menor o número de pessoas que carregam arquivos pessoais consigo. Quase tudo está na nuvem.

Apesar de ser um provedor regional de internet, oferecendo planos residenciais, comerciais e empresariais, a 3AX Telecom, com sede em Sertãozinho, já consegue até atender provedores menores, que revendem o produto em outras cidades. Além disso, a empresa também comercializa planos de telefonia. A qualidade do serviço fez a 3AX Telecom crescer 30% no primeiro semestre do ano, segundo o empresário William Carlos Guidi.



William Carlos Guidi, proprietário da 3AX Telecom e cooperado da Sicoob Cocred há 16 anos

“Vamos dizer que a gente vende no atacado e no varejo. A telefonia perdeu espaço para as redes sociais e os aplicativos, principalmente WhatsApp. Por outro lado, ela continua sendo muito importante para os setores comercial e empresarial. Pelo telefone, a comunicação é mais rápida. Então, existe o combo para residência, porque a gente oferece um produto competitivo, mas há um serviço de qualidade para telefonia corporativa, com custo bem acessível”, explica.

William diz que o foco da empresa é a carteiraização de clientes, mantendo o ritmo de crescimento, assim

como a incorporação de provedores menores. Mesmo que a pandemia tenha contribuído com os projetos da 3AX Telecom, o empresário confirma que precisou driblar alguns problemas, como a alta do dólar e a dificuldade de implantar equipamentos.

“Se aumentou a venda, nossa dificuldade foi conseguir insumos para atender os clientes. A China fechou a fronteira por um período e ela é a maior produtora de componentes. Mas, a gente se planejou assim que percebeu que o isolamento social seria inevitável. Fizemos estoque para ultrapassar a quarentena. Se por um lado as vendas cresceram, por outro aumentou o preço de tudo”, diz.

Essa realmente foi uma dificuldade enfrentada pela maioria dos provedores regionais, mas não a ponto de prejudicar o desempenho do setor. Cada um se virou como pôde e, de forma geral, o segmento vai bem. Apenas nos meses de fevereiro e março deste ano, as buscas na internet por empresas desse tipo cresceram 42,8%, segundo levantamento realizado pelo site Melhor Plano.net, que compara a qualidade dos serviços de telefonia e banda larga em todo o país.

Na região de Santa Rosa de Viterbo, o empresário Elizeu Sabino dos Santos, proprietário da Skymax Telecom, não tem o que reclamar. Mesmo em tempos de pandemia, o provedor realizou 10 contratações para o time, que já conta com 35 funcionários para atender o município e ainda São Simão, Tambaú, Santa Cruz das Palmeiras, Cajuru, São José do Rio Pardo e Casa Branca. Entre os 9 mil imóveis de Santa Rosa, 7 mil têm acesso à internet graças ao trabalho da Skymax.



Elizeu Sabino dos Santos, proprietário da Skymax Telecom, cooperada da Sicoob Cocred há 5 anos

“O consumo e a adesão vindos de outras operadoras aumentou muito. Essas pessoas estão fazendo faculdade, trabalhando em *home office*, então a procura é nesse sentido. A minha filha, por exemplo, senta-se em frente ao notebook todos os dias às 13h. Os colegas aparecem ao redor da tela e a professora no centro, e a aula ocorre normalmente, graças a investimentos que empresas do nosso porte, como a nossa, fizeram em pequenas cidades”, afirma.

Elizeu conta que a Skymax começou como uma loja de informática, há 22 anos. O empresário, que também é técnico em telecomunicações, só decidiu ingressar no segmento de provedores de internet em setembro de 2008, após contar com o apoio da mulher, Geise Farise Sabino dos Santos, que é gestora administrativa e financeira da empresa até hoje. O *boom* nos negócios ocorreu há cinco anos, quando os dois se tornaram cooperados da Sicoob Cocred.



Nós trabalhamos na mesma linha de pensamento da cooperativa. Um dia, os produtores rurais, por necessidade de crédito, montaram a cooperativa. Os grandes bancos deixaram alguns buracos e a cooperativa cobriu essas necessidades, e cresceu. Quando a gente observou que havia alguns buracos no mercado de internet deixados pelas grandes operadoras, pensamos em dar acessibilidade e condições. Por isso, sempre praticamos preços competitivos.

Elizeu Sabino dos Santos, proprietário da Skymax Telecom



Pequenos e médios provedores de internet também vêm demonstrando seu potencial social ao garantir conexão em áreas de vulnerabilidade, nas quais as grandes operadoras não chegam. Esse é um diferencial importante a ser citado e também comparável aos valores cooperativistas de liberdade, igualdade e prosperidade.

“A proximidade com os clientes faz com que as soluções dos problemas sejam mais rápidas, até quando não se trata de um problema nosso. Tudo o que acontece no computador do cliente, no roteador de Wi-fi, a gente sempre dá uma orientação, nunca deixa o cliente na mão. Isso sem contar que o provedor regional participa de forma atuante no desenvolvimento das pequenas e médias cidades, gerando emprego, dando treinamento, observando mais de perto as necessidades dos clientes e criando soluções para isso”, finaliza.



SICOOB COCRED INVESTE R\$ 5 MILHÕES EM DATA CENTER MAIOR E MAIS MODERNO

Centro Tecnológico homenageia Décio Rosa, um dos fundadores e ex-presidente da cooperativa.

Ao menos uma vez na vida você já tentou realizar uma compra ou transação pela internet e foi surpreendido com a mensagem: “Ops! Ocorreu um erro no servidor”. E quem nunca se deparou com alertas do tipo “Servidor indisponível” e “Tente novamente mais tarde” na tela do caixa eletrônico, quando mais precisava realizar uma transferência ou efetuar um pagamento?

Como em todas as atividades da vida moderna, nas operações financeiras a tecnologia também se tornou fundamental. E justamente por ter o propósito de conectar pessoas para promover justiça financeira e prosperidade, a Sicoob Cocred investe continuamente no ambiente digital. No último dia 29 de julho, a cooperativa deu mais um grande passo com a inauguração do

Centro Tecnológico Cocred (CTC), que recebeu o nome de um dos fundadores da cooperativa: Décio Rosa.

Com investimento de R\$ 5 milhões, o novo data center foi projetado com o que há de mais avançado em hardware e software no mundo, o que permitiu à Cocred ampliar o espaço de armazenamento de dados e a capacidade de processamento das informações. O CTC também conta com infraestrutura moderna e segura para funcionar 24 horas por dia, 365 dias por ano.

CEO da LGTI Tecnologia, que possui mais de 13 anos de atuação no mercado e foi parceira da Cocred na construção do CTC, Danilo Garcia afirma que em termos de tecnologia Nutanix, software de infraestrutura hiperconvergente que foi implantado



Danilo Garcia, CEO da LGTI Tecnologia

no data center, o projeto da cooperativa é o maior e mais avançado no interior do estado de São Paulo.

Segundo Garcia, as empresas que investem em tecnologia são menos afetadas em tempos de crise, porque estão preparadas para inúmeras situações. O CEO da LGTI também avalia como positiva a decisão da Cocred, destacando que a continuidade do projeto depende unicamente da atualização do software. Em termos físicos, por se tratar de uma estrutura modular, a expansão pode ser feita em poucas horas.



Os dados vão valer no futuro tanto quanto o petróleo. Quanto mais dados você tiver, mais rica será sua empresa. Quando a gente observa o setor financeiro, que está sendo muito impactado por conta das tecnologias de meio de pagamento, das operações bancárias, dos bancos virtuais, quanto mais uma empresa investe em tecnologia, mais competitiva está no mercado. Foi um passo assertivo da cooperativa.

Danilo Garcia, CEO da LGTI Tecnologia.



O projeto do CTC foi desenvolvido por membros da diretoria de Controles Internos e Riscos, da área Administrativa e dos departamentos de Assessoria de Planejamento e Marketing, e de Tecnologia da Informação. Esse grupo foi encarregado de compreender a demanda técnica e informar as reais necessidades aos conselheiros e diretores, além de buscar as melhores soluções, com o melhor custo-benefício à cooperativa.

“O grupo solicitou, inclusive, uma auditoria no projeto para saber se a escolha estava correta, se a solução apresentada era adequada. Não houve negociação direta entre um departamento e os fornecedores. Além disso, todas as decisões foram tomadas de forma colegiada e transparente, as reuniões foram lavradas em atas, as contratações ficaram claras”, explica o superintendente administrativo da Cocred, Ademir José Carota.

Projetado para ser uma extensão da nova sede, que será inaugurada em 2021, o CTC Décio Rosa tem arquitetura e layout diferenciados. A antessala possui seis estações de trabalho e seis televisões dispostas lado a lado na parede, que permitem à equipe ter acesso à toda a rede de computadores da cooperativa, aos principais sistemas, controlar os servidores e geradores de energia e acompanhar o funcionamento dos caixas eletrônicos nas 32 agências da Cocred.



Ademir José Carota, superintendente administrativo da Sicoob Cocred

Após a mudança dos departamentos para a nova sede, que ainda está sendo construída no Jardim Athenas, em Sertãozinho, o CTC Décio Rosa funcionará como “sala de crise”, integrando o Plano de Continuidade de Negócios (PCN). Por isso, o ambiente foi projetado com contingência de energia e refrigeração, e processos altamente seguros para evitar ataques externos.

Os equipamentos que compõem o data center em si estão em uma sala-cofre protegida por uma porta corta-fogo construída com fibra de alvenaria e alumínio naval, o que garante autonomia de 120 minutos em caso de incêndio interno ou externo. O acesso é feito por autenticação digital – biometria – ou cartão corporativo. Também é possível liberar a entrada remotamente, caso seja necessário algum tipo de manutenção.

“Hoje, esse é o data center principal. Quando inaugurarmos a sede nova, o que estiver lá será o principal e esse ficará sendo o de contingência. Com duas estruturas funcionando, o usuário não será impactado caso haja uma pane, por exemplo. Os dois data centers vão se comunicar e trabalhar em redundância. Nosso data center tem mais que o dobro de capacidade para tratamento e estoque de dados”, explica Ademir.

O CTC Décio Rosa também respeita dois princípios básicos de qualquer data center: redundância energética e de refrigeração. Apesar de compacto no tamanho, o data center da Cocred não perde para nenhum outro no país em termos de segurança e resiliência. Todo o investimento garante estabilidade e segurança aos dados dos cooperados, e ainda que as operações sejam processadas de forma estável e eficiente.



O cooperado ganha uma cooperativa com gestão de dados melhor e ainda mais confiável. O risco de o nosso sistema cair reduz muito, próximo de zero. Um servidor dificilmente vai desligar. Mas, se isso acontecer, não vai afetar o nosso serviço. Os cooperados ganham em agilidade de atendimento, caixas eletrônicos mais rápidos, serviços melhores.

Ademir José Carota, superintendente administrativo da Sicoob Cocred



Dentro da sala-cofre, que é climatizada, os equipamentos estão instalados em um corredor com dois aparelhos de ar condicionado de alta precisão, um de cada lado, trabalhando em *team work*, ou seja, um sempre compensa o outro. O data center conta ainda

com dois *nobreaks* com três bancos de bateria cada um, garantindo autonomia de energia por até 100 minutos cada. Régua inteligente também sinalizam o consumo de energia de cada equipamento.

“Toda a solução é integrada e pode ser levada para qualquer lugar. Se o ar condicionado de precisão parar de funcionar, esse sistema está integrado na rede e a equipe de TI vai identificar em tempo real que houve uma falha. Esse tipo de solução está tanto em hardware, quanto em software. O sistema anti-incêndio funciona da mesma forma”, explica Anderson Ribeiro, diretor de operações da TeleInfo Soluções, parceira da Cocred no desenvolvimento do CTC Décio Rosa.

Uma malha de comunicação criptografada (chamada de DMVPN), contendo links redundantes, tanto na sede da cooperativa, como em cada agência, é responsável pelas rotas de dados até o Banco Cooperativo do Brasil (Bancoob), em Brasília. Já o sistema de *firewall* garante segurança contra ataques externos e até internos – quando ocorrem comportamentos anormais nos computadores da instituição. Tudo isso é preservado em uma estrutura com sensores de abertura semelhantes a alarmes de carro, que também podem ser acessados remotamente.

“A gente entrou com uma solução que se chama *smartrow*, que consiste em aplicar a solução de um único fabricante, customizada. Então, em vez de comprar um produto de cada fornecedor ou de cada fabricante, você tem um produto com um único *fort at number*. Tudo fica integrado, tudo conversa entre si perfeitamente. Nós fornecemos o projeto e a implementação de toda essa solução”, afirma Anderson.



Anderson Ribeiro, diretor de operações da TeleInfo Soluções



O HOMENAGEADO

Pela grandiosidade e importância do projeto, o CTC recebeu o nome de Décio Rosa, uma homenagem a um entusiasta do cooperativismo em São Paulo. Décio participou ativamente da fundação da Cocred, em 1969, e contribuiu para o desenvolvimento da cooperativa ao longo dos anos seguintes, principalmente quando presidiu a instituição, entre 1999 e 2003.

Décio Rosa faleceu em abril de 2013, aos 81 anos, em consequência de Alzheimer, mas até hoje seu legado permanece nas realizações da Cocred. No descerramento da placa de inauguração do CTC, Décio Rosa Filho lembrou algumas passagens do pai, que tinha espírito empreendedor e se tornou um conselheiro não só dos familiares, como de amigos e parceiros de negócio.

“Nosso pai sempre foi um entusiasta, sempre dava um jeitinho para consertar e fazer acontecer. Ele foi embora muito cedo para nós, mas deixou na Copercana, na Cocred, por onde passou, um legado de pensamento positivo, de esperança, sempre procurando oferecer o melhor a quem estava ao seu lado, um bom atendimento aos cooperados e colaboradores”, afirmou.

O ortodontista André Luis Rosa, também filho de Décio Rosa, disse ter ficado lisonjeado com a homenagem ao pai, cujo nome ficará eternizado no novo data center, que também foi projetado para o futuro.

“Foi uma surpresa bastante agradável. Uma surpresa positiva, ficamos muito felizes e honrados por ele ter sido lembrado pela equipe da Cocred em um projeto como esse, tecnologia de ponta, que ficará para sempre. Vai ser atualizada, mas ficará para sempre. Ter o nome do meu pai eternizado em um projeto como esse é gratificante”, declarou.



O ex-presidente da Cocred Décio Rosa (1932-2013)

CRÉDITO

PRÉ-APROVADO

SICOOB COCRED

Agora ficou mais fácil conseguir aquele dinheirinho pra cobrir uma despesa ou realizar um sonho. Com o **Crédito Pré-Aprovado Cocred***, é dinheiro fácil na palma da mão! Rápido e sem burocracia, você pode contratar pelo celular ou computador, sem precisar ir até a agência.

cocred.com.br
sicoobcocred

* Modalidade sujeita à disponibilidade de limite. Consulte em seu aplicativo.

 **SICOOBCOCRED**

Vem crescer com a gente.

Ouvidoria - 0800 725 0996 - Atendimento seg. a sex. das 8h às 20h.
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA NO ENFRENTAMENTO AO NOVO CORONAVÍRUS

Ministro Marcos Pontes comenta o desenvolvimento de vacinas, remédio e tecnologias para combater a Covid-19.

Ao lado da saúde, ciência e tecnologia estão sendo protagonistas no combate à pandemia do novo coronavírus. Mais do que isso, voltaram a ganhar uma importância que quase foi esquecida pela humanidade, presa à rotina estressante, ao consumo exacerbado e indiferente ao que não está na lista de prioridades ou na agenda de compromissos diários.

Com o tempo, tornou-se comum a descoberta de tratamentos e medicamentos revolucionários, o lançamento sistemático de aparelhos cada vez mais rápidos, seguros e eficientes para o que foram projetados. Muitas doenças já não são mais sentença de morte e as informações de quase toda uma vida cabem na memória de um celular. E a vida segue em frente.

Só que neste momento, o mundo foi obrigado a parar e perceber que a produção científica e tecnológica é crucial para compreender a Covid-19 e seus efeitos sobre a saúde, a economia e a sociedade. Pesquisadores estão mobilizados em todo o planeta em busca de soluções, enquanto a maioria das pessoas assiste incrédula às milhares de mortes diárias.

Cada vez mais a busca pelo desenvolvimento deixa claro que este caminho tem como pontos fundamentais a ciência, a tecnologia e a inovação. E nesse sentido, escolas, universidades, instituições de pesquisa, professores e cientistas, atuam como molas propulsoras da melhora da qualidade de vida da população e do crescimento de cada país.

Ciente de tudo isso, o astronauta Marcos Pontes assumiu há dois anos o desafio de comandar o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), e desde então vem travando uma dura batalha contra os contingenciamentos no orçamento da pasta e das entidades subordinadas a ela, como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Apesar de o MCTI já ter investido quase R\$ 453 milhões no enfrentamento da pandemia, Pontes reconhece que 90% do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) – formado pela arrecadação de impostos de empresas e que constitui uma das principais fontes de financiamento de projetos nessa área – continuam bloqueados pelo governo federal.

Mas, isso não impediu o ministro de seguir trabalhando. Em fevereiro foi criada a RedeVírus MCTI, comitê de especialistas para alinhar iniciativas de combate ao novo coronavírus. O país também foi inserido no projeto internacional “Acelerador de Vacinas” e obteve aprovação para testes da vacina que está sendo pesquisada pela Universidade de Oxford.

Em parceria com a Universidade de Brasília (UnB) e o Rotary Club, o MCTI também está desenvolvendo um sistema para desinfetar máscaras utilizando raios ultravioletas. Seis hospitais já estão testando essa nova tecnologia, entre eles o Hospital de Base do Distrito Federal e o Hospital Regional da Asa Norte (HRAN).

O Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais, vinculado ao MCTI, identificou ainda cinco medicamentos com potencial para combater a replicação do novo coronavírus, entre eles a nitazoxanida, que reduziu em 94% a carga viral em células infectadas *in vitro*. Agora, 500 pacientes voluntários receberão o fármaco em testes clínicos.

Em entrevista à **Cocred Mais**, Marcos Pontes citou que o MCTI tem atuado não apenas no combate à pandemia,

apesar de esse ser o tema principal nos dias de hoje, mas está alinhado com os esforços do governo para combater o desmatamento na Amazônia, aprimorando sistemas de monitoramento por intermédio do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe).

Até fevereiro de 2021, por exemplo, deve ser lançado na atmosfera o satélite Amazônia-1, projetado e desenvolvido no Brasil, que vai ampliar a capacidade de monitoramento de biomas no território nacional. Aliás, o Programa Espacial Brasileiro voltou à pauta do governo, com um olhar especial do ministro, o primeiro brasileiro a participar de uma missão fora da Terra.

O astronauta também é um empreendedor na área de fibra ótica e, enquanto ministro, sempre defendeu que a internet tem papel fundamental no desenvolvimento do país, principalmente para o compartilhamento de informações e geração de conhecimento. Por isso, o tema também foi tratado com atenção pelo MCTI, enquanto o Ministério das Comunicações ainda não havia sido (re)criado. Agora, o assunto está sob a jurisdição do ministro Fábio Faria.

Cocred Mais - Os ministérios da Saúde, da Economia e da Ciência, Tecnologia e Inovações estão na linha de frente do governo federal no combate à pandemia. Como o MCTI tem atuado? Quais os principais projetos e investimentos da pasta contra a Covid-19?

Marcos Pontes - O MCTI tem um papel essencial no combate à pandemia, pois lidamos com a única arma capaz de vencer o vírus causador da crise: a ciência. Então, nessa parte, antes mesmo do primeiro caso no país, em fevereiro, formamos um grupo de pesquisadores das principais universidades e institutos do Brasil, que chamamos de RedeVírus MCTI.

A partir das diretrizes do grupo, estabelecemos quatro prioridades: a busca de um remédio por reposicionamento, que é quando o medicamento já existe, está à venda e a gente testa para outra enfermidade; aumentar a produção de testes diagnósticos; o desenvolvimento de vacinas no Brasil, além da participação internacional e também o mapeamento, conhecer como a doença funciona.

Na parte de tecnologia e inovações, o ministério articulou com empresas nacionais a produção de itens, como ventiladores e suas peças de reposição, e reagentes químicos, para uso em testes e na fabricação de itens essenciais, como álcool em gel. O ministério e suas entidades vinculadas, como o CNPq e a Finep [Financiadora de Estudos e Projetos], fizeram esses investimentos, primeiro na inovação e depois no aumento da escala de fabricação desses itens.

Cocred Mais - A RedeVírus MCTI está buscando um protocolo de tratamento à Covid-19. Quais os resultados obtidos até o momento? Quais medicamentos (ou conjunto de medicamentos) têm se mostrado mais promissores? Já estão sendo realizados testes em voluntários? Quantas pessoas já participaram e qual a avaliação do MCTI até agora?

Marcos Pontes - Funciona em Campinas uma organização social vinculada ao ministério, o Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais (CNPEM). Lá, usando computação avançada, inteligência artificial, eles testaram 2 mil fármacos e identificaram cinco remédios promissores para combater a replicação do novo coronavírus. Um deles, a nitazoxanida, reduziu em 94% a carga viral em células infectadas *in vitro*. Depois disso, com aprovação da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep), o ministério deu início a dois protocolos de testes com o medicamento. O primeiro é direcionado a pacientes com sintomas de pneumonia e hoje funciona em 21 hospitais em todo o país. A lista está no site do ministério.

O segundo protocolo é voltado a pessoas com sintomas iniciais de gripe: tosse, febre, fadiga. Se a gente alcançar a adesão de 500 voluntários, os

pesquisadores poderão publicar os resultados dos estudos e determinar se a nitazoxanida é eficaz no tratamento da Covid-19. Nós montamos alguns postos de atendimento, onde as pessoas com sintomas iniciais podem se inscrever, receber os medicamentos, passar pelo tratamento e medir a carga viral antes e depois de tomar os remédios. A gente já tem postos em Ceilândia/DF, Bauru, Sorocaba, Barueri, Guarulhos, São Caetano do Sul e Juiz de Fora/MG.

Caso haja essa confirmação, a gente ganha uma arma poderosa contra o vírus, que vai impedir que a saúde da pessoa infectada piore e precise ir ao hospital, passar por intubação e UTI [Unidade de Terapia Intensiva].

Cocred Mais - O MCTI, em parceria com a UnB e o Rotary Club, está desenvolvendo um sistema para desinfetar máscaras utilizando raios ultravioleta. Como funciona essa pesquisa e quais os resultados até o momento? Esse sistema poderá ter outras aplicações no futuro?

Marcos Pontes - O Instituto de Física da UnB concluiu em junho seis protótipos desse equipamento para uso em hospitais do Distrito Federal. É uma máquina de desinfecção que permite o reaproveitamento de máscaras de N95 pelos profissionais de saúde. Assim, esses insumos que, por causa da pandemia, às vezes têm faltado no mercado, não se esgotam tão rápido. Essas máquinas usam para esse trabalho a radiação ultravioleta, que se mostrou a tecnologia mais viável devido à experiência e capacidade da indústria nacional, baixo custo, facilidade de operação e manutenção. O aporte do ministério no projeto foi de R\$ 50 mil, enquanto o Rotary Club investiu R\$ 80 mil. É sempre gratificante ver o investimento em ciência e tecnologia dando resultados e ajudando a melhorar a vida das pessoas.

Cocred Mais - O senhor tem defendido mais recursos e estabilidade de orçamento, e se posicionado contrário ao contingenciamento do FNDCT. Qual a importância do investimento em ciência e tecnologia no combate à pandemia?

Marcos Pontes - Todos os países desenvolvidos chegaram lá por causa do investimento em ciência e tecnologia. Esse é um investimento certo, com retorno garantido. O FNDCT existe desde 1969 e tem o objetivo de financiar a inovação no país. Hoje, a maior parte do fundo tem sido contingenciada. O que eu defendo é que a liberação do FNDCT pode nos ajudar a dar um empurrão em nosso sistema de ciência, tecnologia e inovação.

Pense em um país como Israel. Lá são 4% do PIB [Produto Interno Bruto] aplicados no desenvolvimento da



Crédito: Leonardo Marques/MCTI

ciência, tecnologia e inovação. É 1% de investimento público e 3% do setor privado. Para o Brasil chegar nesse ponto, precisamos de um motor de partida e, para isso, é preciso investimento na pesquisa básica, que é essencial para gerar ideias e conhecimentos para a inovação, e nos sistemas de inovação das nossas *startups*, para ajudar essas empresas que estão começando.

Cocred Mais - Assim como o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e o Ministério do Meio Ambiente, o MCTI tem trabalhado para combater o desmatamento na Amazônia. O que tem sido feito até o momento?

Marcos Pontes - Esse é um tema que tem participação do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), uma das nossas unidades de pesquisa. Ele tem 59 anos de atuação, é referência no país e internacionalmente também em pesquisas espaciais e atmosféricas, engenharia espacial, meteorologia e observação da Terra.

Como o assunto ganhou destaque recentemente, eu e o diretor do Inpe, Darcton Damião, detalhamos o plano de reestruturação do Instituto, que já vinha sendo pensado há quase um ano. A ideia é que a nova estrutura seja condizente com o orçamento, quadro de servidores e dê mais eficiência aos projetos estratégicos. Um deles é a Base de Informações Georreferenciadas (BIG). A ideia é formar um amplo repositório de dados com o objetivo de gerar modelos matemáticos para melhorar a previsão do tempo e mudanças climáticas no país.

Já o Amazônia 1 é um satélite 100% nacional, projetado e construído no Brasil por empresas brasileiras, e está quase pronto no Inpe. Ele vai ser focado em observar a Amazônia e tem uma série de características interessantes. Temos uma programação para o lançamento dele no ano que vem, na Índia. Queríamos lançar aqui, em Alcântara, mas ainda não temos essa capacidade, e desenvolver o Centro Espacial de Alcântara é também uma de nossas prioridades, com foco em participar do mercado internacional de lançamentos comerciais.

Cocred Mais - O ministro sempre defendeu que a internet tem papel fundamental para o desenvolvimento do país e é um entusiasta na área de fibra ótica. O que tem sido feito pelo MCTI em apoio ao setor e, principalmente, pelos provedores regionais de internet?

Marcos Pontes - É sempre importante destacar que, desde junho, com a recriação do Ministério das Comunicações e a nomeação do ministro Fábio Faria, o MCTI não cuida mais das áreas de radiodifusão

e telecomunicações, que incluem os programas de conexão. Mas, enquanto atuamos nessas áreas, a partir do início do governo Jair Bolsonaro, avançamos muito.

No Congresso Nacional, foi aprovado o novo Marco Legal das Telecomunicações, que mudou o regime de prestação de serviço das operadoras e fez uma simplificação burocrática. O marco anterior vinha desde 1998 e precisava de muitas atualizações.

Também aumentamos as conexões do Satélite Geoestacionário de Defesa e Comunicações (SGDC), lançado em 2017. O ministério resolveu alguns entraves no TCU [Tribunal de Contas da União] e no STF [Supremo Tribunal Federal], e graças a esses entendimentos ampliou para mais de 12 mil os pontos de conexão de internet em áreas remotas e escolas. Hoje, já são 3 milhões de beneficiados.

Na parte do 5G, fizemos uma consulta pública e uma portaria que define as políticas públicas para tecnologia. Tem ainda o programa Conecta Brasil, com iniciativas para conectar com fibra ótica as regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste do Brasil.

Cocred Mais - O senhor foi o primeiro astronauta brasileiro em missão fora da Terra e, recentemente, disse que está discutindo com a Agência Espacial Brasileira “metas que vão surpreender”. De maneira geral, o que está sendo previsto? Durante muitos anos, o Programa Espacial Brasileiro sofreu com a falta de interesse e de recursos. Como o senhor tem trabalhado para reverter isso?

Marcos Pontes - O ministério, junto com a Agência Espacial Brasileira (AEB), autarquia vinculada, tem executado políticas para reativar o Programa Espacial Brasileiro. A principal iniciativa é o uso comercial do Centro de Lançamento de Alcântara, no Maranhão. Para isso, estamos em um processo que vem desde a aprovação do Acordo de Salvaguardas Tecnológicas (AST), no Congresso Nacional, que estava travado há 20 anos. Ele permite o lançamento de equipamentos com tecnologia americana pelo Centro. Quase 80% dos equipamentos espaciais do mundo possuem algum componente americano.

Estamos agora na elaboração do Plano de Negócios para viabilizar o uso de Alcântara. Outras ações foram o chamamento público internacional para empresas interessadas em fazer lançamento, a partir da base, e a portaria que regulamenta as licenças para operadores de atividades espaciais. Atualmente, o mercado espacial movimenta cerca de US\$ 360 bilhões por ano. Se o Brasil atrair 1% do volume de negócios nessa área, a gente recebe como investimento US\$ 3,6 bilhões.



SICOOB MOOB SEGUE TENDÊNCIA E OFERECE CURSOS ONLINE GRATUITOS

Ferramenta permite a cooperados formar comunidade digital, participando de eventos, acessando notícias e negociando bens.

Muita gente aproveitou o isolamento social, para investir na carreira profissional ou saber mais sobre outros assuntos por meio de cursos online. Segundo levantamento do Google Trends Brasil, desde o início da quarentena o volume de buscas por aprendizagem na internet cresceu 130%.

Diversas instituições de todo o mundo ofereceram aulas gratuitas, dos mais variados assuntos, inclusive com obtenção de certificado de qualificação. O estudo de idiomas, por exemplo, esteve entre os itens no

radar dos brasileiros. Ainda segundo o Google Trends, as buscas por “curso de inglês online” cresceram 63% desde o início da pandemia e 90% das menções sobre o tema no Twitter foram positivas.

O Sicoob – Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil, ao qual a Cocred faz parte, também seguiu essa tendência e investiu em soluções educacionais por intermédio do aplicativo Sicoob Moob. Lançada em agosto de 2019, a ferramenta passou por atualizações para oferecer mais serviços e benefícios.



Tatiana Matos, superintendente de Educação Corporativa do Sicoob

“Como o Moob foi pensado 100% para o desenvolvimento e otimização da comunicação com o cooperado, fazendo com que ele de fato coloque todos os princípios, os grandes pilares de governança cooperativa, em prática, a gente viu que fazia mais sentido em termos de parceria e resultado disponibilizar o conteúdo educacional do Sicoob no aplicativo”, diz Tatiana Matos, superintendente de Educação Corporativa do Sicoob.

Tatiana está à frente do Sicoob Universidade, núcleo dedicado à área de ensino que desenvolve os materiais educativos em parceria com UOL, Edtech, Banco Central e Fundo Garantidor do Cooperativismo de Crédito (FGCoop). Inicialmente, o Sicoob Moob oferecia seis videoaulas. Em julho, já eram 27 cursos.

“O grande objetivo é a educação aos cooperados. A gente tem soluções sobre esse momento de mudanças, educação sustentável, encontro de gerações, vídeos do Banco Central sobre o que é cooperativismo de crédito, soluções sobre o relatório de sustentabilidade do Sicoob, soluções de governança corporativa”, detalha Tatiana, destacando que esse último curso visa capacitar conselheiros e cooperados para zelar pela transparência e boas práticas de gestão.

O Sicoob Universidade existe há cinco anos e até então era voltado aos 45 mil colaboradores das cooperativas singulares que integram o Sistema, como a Cocred. Em uma plataforma *online*, os funcionários têm à disposição 237 soluções educacionais de temas variados. A partir dos aprimoramentos que estão sendo feitos, o Sicoob Moob deve oferecer os mesmos cursos também aos cooperados.

“A gente tem recebido um feedback muito legal. A utilização do Moob está aumentando muito. Grande parte das cooperativas já estão utilizando para realização das assembleias, por exemplo. Assim que ficou pronto o vídeo sobre educação no Moob, a adesão aumentou porque havia uma expectativa altíssima”, diz Tatiana.

Além da função educativa, o Moob oferece aos cooperados outras possibilidades, como acompanhar a saúde financeira da cooperativa, ficar por dentro das notícias institucionais e participar de eventos.

Superintendente de Sistemas de Informação do Sicoob, Edson Lisboa afirma que o Moob foi desenvolvido com a proposta de aprimorar o engajamento da cooperativa no relacionamento com o cooperado, e vice-versa, mas não no aspecto financeiro, transaccional. Isso porque, esse tipo de serviço já é oferecido pelo Sicoobnet que, por sinal, é o aplicativo mais bem avaliado entre todos aqueles que são oferecidos pelas instituições financeiras brasileiras.

“A gente precisava de algo para aprimorar esse relacionamento institucional, principalmente porque no cooperativismo, o cooperado não é cliente, ele é o dono, o sócio. Então, precisa participar das deliberações da cooperativa, precisa estar a par de todas as ações da cooperativa junto à comunidade, toda a questão de resultados do último período. A proposta do Moob foi aprimorar esse engajamento entre cooperados e cooperativas”, diz Edson.

O Moob também permite a realização de palestras e reuniões virtuais, e essa aplicação possibilitou que muitas cooperativas promovessem as Assembleias Gerais Ordinárias (AGOs) de forma remota, já que eventos e aglomerações estão proibidos.

“A gente disponibilizou a transmissão de eventos ao vivo que, muitas vezes, foi associada à questão dos ritos assembleares, porque é um evento obrigatório. Mas, esse é um recurso que vai além. Por exemplo, se quero fazer a divulgação de um novo produto, lançar uma linha de crédito desenhada pela cooperativa para um grupo específico de cooperados, um grupo de produtores rurais, posso realizar o evento e toda a gestão dele pelo Moob”, explica Edson.

Outra novidade é a Comunidade de Negócios, uma espécie de classificados em que cooperados de todo o país podem anunciar bens, produtos e serviços. Os interessados podem entrar em contato e até realizar um bate-papo com o vendedor pelo aplicativo. Segundo Edson, o próximo passo é possibilitar que a negociação seja efetivada pelo Moob, disponibilizando todos os meios de pagamento do Sicoob nesta ferramenta.

“A partir do momento em que um cooperado acessa o anúncio de outro e se interessa pelo que está sendo oferecido, vai poder não só registrar o interesse, como efetivar a aquisição utilizando uma linha de crédito da cooperativa dele, o cartão de crédito que a cooperativa disponibiliza ou até mesmo o novo conceito que o Banco Central está conduzindo, que é o pagamento instantâneo”, afirma.

O Sicoob Moob pode ser baixado gratuitamente em tablets e celulares, nas lojas Apple Store e Google Play. Após o download, o cooperado deve cadastrar os dados pessoais e da conta corrente, a partir das opções “Pessoal” ou “Empresarial”.



Edson Lisboa, superintendente de Sistemas de Informação do Sicoob

COCRED REALIZA AGO 100% DIGITAL

A Assembleia Geral Ordinária (AGO) é o órgão máximo de uma cooperativa. Nela os cooperados se reúnem para deliberar questões importantes e de interesse comum, como a apresentação dos resultados de um exercício, a prestação de contas dos órgãos de administração, a destinação das sobras apuradas, entre outros temas.

Mas, a pandemia mudou radicalmente a dinâmica social e afetou diretamente a realização de eventos, como as AGOs. Isso não impediu a Sicoob Cocred de continuar próxima dos cooperados e, pela primeira vez em 51 anos, a cooperativa realizou a AGO em formato 100% digital, contando com o apoio do aplicativo Sicoob Moob.

A AGO 2020 ocorreu na tarde de 26 de junho, com transmissão pelo site da Cocred, cumprindo todas as determinações da Instrução Normativa n.º 79 do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração (DREI), do Ministério da Economia. O rito foi conduzido pelo presidente do Conselho de Administração, Giovanni Bartoletti Rossanez

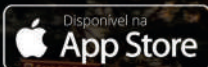
Ao todo, 750 cooperados participaram da Assembleia remotamente, votando em cada item do Edital de Convocação pelo Sicoob Moob. Afinal, diferente do sistema bancário tradicional, no cooperativismo financeiro a participação do cooperado é fundamental para o sucesso da instituição. Ele não só contribui com as decisões, como recebe parte dos resultados, as sobras, como os sócios de uma empresa.

E, como nos anos anteriores, a Cocred apresentou excelentes índices de desempenho em 2019, como o crescimento de 22% nos ativos, que alcançaram R\$ 4 bilhões. Já a carteira de crédito saltou de R\$ 2,2 bilhões para R\$ 2,7 bilhões, enquanto os depósitos e as Letras de Crédito do Agronegócio (LCAs) atingiram a marca de R\$ 2,5 bilhões, alta de 32% em relação ao ano anterior. Tudo isso levou a um resultado geral de R\$ 63,7 milhões no exercício.

Os cooperados participaram ativamente da AGO e a maioria deles aprovou todas as propostas apresentadas. Isso demonstra a satisfação com o trabalho e a gestão da cooperativa, e ainda que a digitalização, mais do que uma tendência no pós-pandemia, deve agregar ainda mais às ações da Cocred, principalmente com o uso do Sicoob Moob.

MOOB

COM O MOOB, VOCÊ FICA
SEMPRE POR DENTRO DA
SUA COOPERATIVA.



Baixe o aplicativo e venha fazer parte da nova comunidade digital de uma das maiores cooperativas financeiras do Brasil.



App
MOOB



Escaneie e faça
o download

O Moob é o novo aplicativo do Sicoob, que facilita e incentiva o contato entre você e a Cocred. Com ele, é possível ter acesso aos principais dados da cooperativa, receber e gerenciar convites para eventos, negociar bens publicados e muito mais.

SICOOB COCRED
Vem crescer com a gente.

cocred.com.br

@ f in sicoobcocred



O BRASIL VOLTARÁ A CRESCER.

Esteja preparado.

RDC Rendimentos de até
125% do CDI

LCA Rendimentos de até
115% do CDI

Isento de IR para Pessoa Física

Investimentos da Cocred, com rendimentos melhores que a média do mercado, para você prosperar no futuro.

Invista hoje com a gente.
Consulte as condições com o seu gerente.

 **SICOOB COCRED**
Vem crescer com a gente.



ACADEMIAS APOSTAM EM AULAS VIRTUAIS PARA DRIBLAR A QUARENTENA

Plataformas digitais e redes sociais se tornaram aliadas dos educadores físicos em época de pandemia e isolamento social.

Estou tentando manter a rotina durante a quarentena. Então, montei uma miniacademia em casa e também nunca fui 😊😊😊”. Esse é um dos muitos memes que estão circulando nas redes sociais desde que o isolamento social foi decretado para evitar o avanço do novo coronavírus. Mas, apesar de engraçada, a declaração não representa a realidade sobre a prática de exercícios físicos durante a pandemia. Muita gente aproveitou o tempo de sobra para se exercitar.

Só para exemplificar, entre fevereiro e abril, a quantidade de downloads dos três maiores aplicativos de treino cresceu em média 291%, segundo levantamento feito pela SimilarWeb, ferramenta de análise de sites e concorrência. Isso demonstra que as plataformas digitais se tornaram alternativa ao fechamento temporário das academias e tendem a continuar crescendo devido à praticidade, disponibilidade e aos preços acessíveis.

Aliás, a maioria dos aplicativos já disponibiliza aulas gratuitas para iniciantes, incluindo algumas dicas de alongamento e de relaxamento, instigando a assinatura dos planos seguintes, que também têm preços bastante atrativos, a partir de R\$ 15 mensais. Algumas ferramentas oferecem até aulas particulares, acompanhamento nutricional e estatística de treino.

Atento a esse mercado, o *personal trainer* Junior Godinho não pensou duas vezes ao investir em uma plataforma *online*, depois que se viu obrigado a suspender as atividades da academia Espaço Fitness, em Sertãozinho, em 18 de março. Junior conta que já tinha rascunhado um programa de exercícios e promoção de qualidade de vida: o TreineON. A pandemia foi o empurrãozinho que ele precisava para disponibilizar todo o conteúdo na internet.

“A gente resolveu investir em uma plataforma e em vídeos mais profissionais. Estamos gravando e editando, estudando sobre marketing. Lançamos timidamente com dois grupos com 50 pessoas. Depois, passamos para 70. A gente coloca vídeos, *podcast*, arquivos em PDF, dietas com nutricionista, estamos produzindo *e-books*. A gente não para um minuto”, diz.

Junior conta com o apoio da filha Lorena Godinho, que cursa o primeiro ano de educação física. Os dois reformaram um cômodo nos fundos da casa da família e transformaram o espaço no estúdio onde transmitem as aulas. O principal objetivo do projeto, segundo o *personal trainer*, é levar conhecimento às pessoas, incentivando a alimentação saudável e a prática regular de exercícios, mesmo que seja dentro de casa.

“O principal vilão da quarentena é o sedentarismo. As pessoas estão comendo mais e, com o crescimento dos aplicativos de entrega, pedindo mais comida em lanchonetes, redes de *fast food* e restaurantes. Aumentaram o consumo e reduziram o gasto de calorias. Então, precisa haver um equilíbrio e isso não tem acontecido. Nosso objetivo é trabalhar o corpo e a mente”, afirma.

TREINOS À DISTÂNCIA

Inaugurada em 2006, a Espaço Fitness tinha cerca de 900 alunos, mas 44% deles desistiram dos planos depois dos consecutivos adiamentos da quarentena. Nesse período de “férias forçadas”, quem continuou matriculado teve à disposição videoaulas postadas diariamente no YouTube: alongamentos, treinos de abdômen, glúteos, pernas e funcional, *cross training*, aulas de dança e de ioga. Junior também manteve contato com os alunos pelo WhatsApp para esclarecer dúvidas.



A estudante Lorena Godinho com o pai, o *personal trainer* Junior Godinho, cooperado da Sicoob Cocred há 8 anos

“Criamos também uma aula *online* duas vezes por semana para alunos de dança e de treino funcional, além de *lives* no Instagram. Isso tudo sem custo nenhum. Todas as aulas e o canal no YouTube são 100% abertos e acessíveis. Também estou ministrando aulas para grupos fechados, amigos de São Paulo e outros que moram em Portugal, usando a plataforma Zoom”, conta.

Realizar as aulas por meio de plataformas de comunicação e de videoconferência, como Zoom e Microsoft Teams, e fazer transmissões ao vivo em redes sociais, como Facebook, Instagram e WhastApp, foi a principal alternativa encontrada pela maioria das academias para continuar atendendo os alunos durante a quarentena. Novidade para quem está em casa e mais ainda para os educadores físicos, que precisaram se adaptar a essa nova realidade.

Proprietário da Performance UP há três anos, Fábio Cremonez Matioli conta que ele e o sócio, o educador físico Nilo Maraucci, passaram a realizar aulas

personalizadas pelo Zoom, depois que as atividades da academia em Sertãozinho foram suspensas em função da pandemia. Os dois também utilizaram o WhatsApp para enviar orientações aos alunos.

“Foi um choque bem grande, porque a gente não tinha muito contato com treino *online*. A gente começou a correr atrás disso para atender os alunos e adaptamos as aulas que já eram dadas na academia. A gente criou um grupo no WhatsApp e todos os dias envia um treino diferente por escrito e em vídeo, que nós mesmos produzimos”, explica.

E mesmo assumindo o compromisso de acrescentar os dias parados ao final do contrato dos alunos, Fábio se deparou com o aumento no número de desistências, uma realidade enfrentada pela maioria dos donos de academia em todo o Brasil. Para driblar a queda no orçamento, ele passou a alugar alguns equipamentos, como bicicletas ergométricas, além de kits contendo barras, pesos, colchonetes, cordas, entre outros itens.



Nilo Maraucci e Fábio Matioli, proprietários da Performance UP, cooperada da Sicoob Cocred

Cristian Marcussi e Evandro de Lazzari, proprietários da rede Pacer, cooperada da Sicoob Cocred



Essa também foi uma decisão assertiva. Dados do Google Trends Brasil mostram que o interesse por compra e aluguel de acessórios de treino cresceu na quarentena. Apenas em fevereiro e abril, a busca pelo termo “aluguel de esteiras” aumentou 572% no país, enquanto pesquisas para aquisição de halter (peso) e elástico cresceram 100%, na comparação com o mesmo período do ano passado.

“O exercício físico, de leve a moderado, auxilia no condicionamento físico. Nesse momento que estamos enfrentando a Covid-19, isso é a melhor coisa. Por exemplo: a prática de exercícios fortalece o sistema respiratório e trabalha os pulmões, que são afetados pelo coronavírus. Exagerar não é viável, mas é importante se manter em atividade constante. Não é hora de ganhar musculatura ou emagrecer 20 quilos. Esse é o momento de cuidar da saúde”, diz Fábio.

VAI MELHORAR!

Sócio proprietário da rede Pacer, que possui seis academias em Ribeirão Preto e outra em Sertãozinho, o empresário Evandro Fernandes de Lazzari diz que analisou o perfil dos alunos e, com base nesses dados, optou por não realizar aulas online ou disponibilizar vídeos pela internet. Os contratos permaneceram ativos e os dias parados foram revertidos em crédito ou devolvidos em dinheiro aos alunos que assim optaram.

“A gente identificou que as aulas *online* não atenderiam à maioria dos clientes. Grande parte deles faz uso de esteira, bicicleta e musculação, não aulas de ginástica coletiva. Então, optamos por seguir com a suspensão dos contratos”, explica.

Evandro conta que foi surpreendido pelas medidas de isolamento social nove dias após inaugurar uma unidade no Residencial Greenville, em Ribeirão Preto. Todos os 150 funcionários da rede foram afastados do trabalho. A Pacer renegociou os valores dos aluguéis dos imóveis e aderiu ao plano de jornada reduzida, proposto pelo governo federal. A União arcou com 70% dos salários da equipe e a empresa com os 30% restantes.

“Os funcionários estavam em contrato de experiência, mas a gente registrou e antecipou as férias. Depois, suspendemos os contratos. Eles ficaram com carga horária reduzida. Isso no papel, porque na prática todos ficaram em casa, respeitando a quarentena. A gente não demitiu ninguém, em nenhum momento, na expectativa da retomada. Optamos por nos preparar e organizar tudo para o retorno das atividades”, afirma.

O empresário se diz otimista com a recuperação do setor. Por isso, todas as unidades da Pacer foram preparadas para a reabertura com pontos de distribuição de toalhas de papel, totens de álcool em gel e tapetes higienizadores. A equipe de limpeza terceirizada também teve a carga horária ampliada e recebeu novo treinamento. Assim que as academias foram autorizadas a reabrir, em agosto, Evandro já inaugurou mais uma unidade, dessa vez no bairro Nova Aliança.

“Tudo já estava pronto para a abertura dessa unidade, quando veio a pandemia. Estamos seguindo em frente com o projeto de expansão. Estamos negociando, estudando outros locais. Apareceram oportunidades de aquisição e estamos avaliando. Apesar do mau momento, estamos com perspectivas positivas para daqui seis meses, porque acreditamos que as pessoas vão dar mais valor à saúde e à prática de atividades físicas”, diz.



DO CAMPO À CIDADE: LINHAS DE CRÉDITO PARA TODAS AS NECESSIDADES

Cocred oferece várias opções, inclusive para realizar o sonho da casa própria e a compra do carro zero.

Engenheiro agrônomo por formação, Joel Norberto ainda trabalhava em uma multinacional, na década de 1990, quando decidiu investir na produção agrícola: adquiriu uma propriedade e passou a plantar amendoim. Logo depois, mudou para cana-de-açúcar. A aposta deu tão certo que virou “ganhão-pão”. Hoje, aposentado, Joel dedica todo o tempo a administrar a fazenda de 110 hectares em Santo Antônio da Alegria.

O primeiro contato do agrônomo com a Sicoob Cocred ocorreu em 1994. Ele já conhecia os benefícios do cooperativismo de crédito e naquele ano mesmo se tornou cooperado. Mais uma decisão certa! A cooperativa passou a auxiliá-lo no custeio da lavoura, oferecendo taxas menores do que o banco onde mantinha os investimentos. Começava ali uma parceria duradoura.

“A cooperativa sempre me ofereceu uma série de vantagens. No banco exigem que compre algum produto, faça algum tipo de seguro. Na linha de crédito rural, a taxa pode até ser parecida, mas a vantagem é o fato de oferecerem facilidades, sem ter que adquirir algo em troca. Isso sem contar que o atendimento

da cooperativa é diferenciado e existe o rateio das sobras ao final do exercício. O cooperado sempre sai ganhando”, destaca.



O engenheiro agrônomo aposentado Joel Norberto, cooperado da Sicoob Cocred há 26 anos

A história de Joel é uma das muitas que diariamente circulam pelas agências da Cocred no interior de São Paulo. A cooperativa que nasceu com o objetivo de estimular a atividade agrícola na região de Sertãozinho, há 51 anos preserva o compromisso de oferecer recursos com juros melhores e taxas justas, apoiando o desenvolvimento dos cooperados. E não apenas produtores rurais, mas pessoas físicas e empresários de todos os segmentos.

“O foco da cooperativa não é gerar lucro, mas atender os cooperados. A cooperativa é deles, os resultados são deles. Não temos um formato padrão de linha de crédito. Para cada cooperado a gente consegue fazer uma operação personalizada. De acordo com o perfil e a necessidade, oferecemos um tipo de crédito”, explica o gerente regional de Negócios da Cocred Pedro Geraldo dos Santos.



Pedro Geraldo dos Santos, gerente regional de Negócios da Sicoob Cocred

Pessoas físicas contam com linha de crédito pessoal, imobiliário, consignado para funcionários públicos e de empresas privadas, aposentados e pensionistas, financiamento de bens e veículos – com até 100% do valor – e ainda o cartão de crédito nas bandeiras Visa, Mastercard e Cabal.

“Temos o crédito pessoal automático, que é pré-aprovado e pode ser contratado pelo aplicativo. Esse tipo de crédito não é relacionado só com a renda, mas com o histórico financeiro sadio. O score considera bons pagadores, uma vida financeira equilibrada”, detalha Pedro.

PARA SEU NEGÓCIO

A Cocred sabe que ser empreendedor no Brasil é um desafio e tanto. E em tempos de pandemia fica ainda mais complicado. Por isso, a cooperativa está ao lado

dos empresários, oferecendo linhas de crédito para todos os tamanhos de negócio. O crédito para capital de giro, por exemplo, tem taxas de juros menores do que em outras modalidades e possibilita investir em infraestrutura, manutenção de estoque ou colocar a folha de pagamento em dia.

Ainda com foco no empreendedorismo, a Cocred oferece a antecipação de recebíveis, que pode ser aplicada em vendas com cartão de crédito, desconto de cheques pré-datados, de duplicatas e de Nota Promissória Rural. Recentemente, quem utiliza a Sipag também passou a contar com a possibilidade de antecipar os recebíveis direto na maquininha.

“Também oferecemos financiamentos para compra de máquinas e equipamentos, de materiais de construção, móveis, veículos, implementos agrícolas, sempre com taxas competitivas, prazos e condições melhores. O empresário só precisa comprovar a destinação dos recursos que estão sendo solicitados”, explica o gerente regional de Negócios.

CRÉDITO NO CAMPO

Seja para cobrir despesas do ciclo produtivo ou realizar investimentos, a Cocred também tem linhas de crédito específicas ao setor rural. Pedro afirma que os produtores podem financiar a aquisição de maquinários e equipamentos, o custeio e até a comercialização da produção.

“Essa é nossa expertise, porque nascemos do agro. Nossa abrangência é grande: canavieiro, citricultor, cafeicultor, hortifruti, pecuária, piscicultura, produção de flores... A gente pode atender todos os segmentos. O que a gente precisa para atender o produtor rural? Apenas o projeto. Se o agrônomo apresentar o projeto, a gente consegue encaixar a necessidade do cooperado nas linhas de crédito que oferecemos”, detalha.

O gerente de Negócios reforça que a Cocred trabalha para atender às necessidades dos cooperados e, por isso, mantém um relacionamento próximo com cada um deles. Nesse sentido, mesmo oferecendo a possibilidade de contratação das linhas de crédito pelos canais digitais, a cooperativa segue expandindo a rede de atendimento.

“Tenho 30 anos de experiência no mercado financeiro e posso dizer que o maior diferencial do cooperativismo financeiro é o relacionamento próximo. Isso fideliza o cooperado e aumenta a confiança de ambas as partes. Além disso, existe a solidez da cooperativa. No caso da Cocred, são 51 anos trabalhando pelo desenvolvimento econômico, promovendo justiça financeira e prosperidade”, conclui Pedro.

PRODUTOS E SERVIÇOS DIRETO NO CELULAR E SEM SAIR DE CASA? Na Cocred tem.



cocred.com.br

© f in [sicoobcocred](https://www.sicoobcocred.com.br)

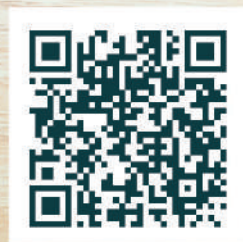
Ouvidoria - 0800 725 0996 - Atendimento seg. a sex. das 8h às 20h.
www.ouvidoriasicoob.com.br

Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458.

Você sabia que é possível contratar vários produtos e serviços através dos canais digitais da Cocred sem precisar sair de casa?

Nesse momento de isolamento social a Cocred, uma das maiores cooperativas financeiras do país, está à disposição para cuidar de você e da sua saúde financeira também.

BAIXE AGORA:



Contrate sem sair de casa:



Crédito Pré-Aprovado*



Investimentos RDC e RDC Escalonado



Investimento LCA



Antecipação de Recebíveis



Consórcios



Parcelamento de Fatura de Cartão



Seguro de vida individual e empresarial



Poupança

Entre em contato com seu gerente para saber mais.

 **SICOOB COCRED**

Vem crescer com a gente.



FARMÁCIAS ‘DE BAIRRO’ SE DESTACAM PELA HUMANIZAÇÃO DA SAÚDE

Proprietários de drogarias dizem que aumento das vendas está relacionado ao atendimento próximo e solidário.

Na contramão da crise econômica, algumas pequenas empresas se mantiveram firmes durante a pandemia. É o caso das farmácias e drogarias de bairro, que se destacaram não só pelo fato de atuarem diretamente com a promoção de saúde, principal preocupação neste momento, mas porque a maioria das pessoas está optando por comprar itens de primeira necessidade em estabelecimentos próximos de casa, evitando circular pelas cidades.

Segundo dados compilados pela Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo (FIA-USP) e divulgados pela Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma), o setor registrou crescimento de 7,74% nas vendas no primeiro semestre deste ano. Ao todo, as lojas associadas movimentaram R\$ 27,4 bilhões entre janeiro e junho, enquanto no mesmo período do ano passado o faturamento foi de R\$ 25,4 bilhões.

O resultado foi puxado pelo crescimento de 20,79% nas vendas de medicamentos isentos de prescrição (MIPs) e que ficam disponíveis no balcão, os chamados OTCs (*over the counter*, em inglês). A busca por medicamentos gerais cresceu 9%, enquanto a saída de genéricos teve alta de 8%. Itens de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos registraram evolução de 4,91% no período, também segundo levantamento da FIA-USP.

O bom desempenho foi percebido pelo empresário Glauco Escudeiro Ramos, proprietário da Drogasert, em Sertãozinho. Ele e a mulher, a farmacêutica Anna Letícia Ramos, inauguraram a drogaria em novembro de 2019, bem em frente ao Poupatempo. Mesmo com a queda das vendas espontâneas, já que escolas e comércios ao redor foram fechados pela pandemia, o movimento se manteve por outros meios.

Glauco afirma que sempre prezou pelo atendimento personalizado e diferenciado, buscando entender as reais necessidades dos clientes. Como a circulação de pessoas na drogaria diminuiu, ele potencializou o marketing digital, investindo na comunicação pelas redes sociais, além de apostar no delivery, cujas entregas ele mesmo realiza com o próprio carro.

“A gente atende muito pelo WhatsApp, então mantém um contato próximo com os clientes, até para se diferenciar das grandes redes. Alguns clientes preferem ligar, já sabem os nossos nomes. É aquela coisa de farmácia de bairro mesmo. E a gente faz questão de entregar, garantindo as medidas de higiene e proteção, e fortalecendo o vínculo com os clientes”, afirma.

O investimento em canais digitais faz todo sentido, já que muitas pessoas – principalmente os mais jovens – optam pelo uso de redes sociais ou aplicativos. Ainda de acordo com dados da Abrafarma, o setor faturou R\$ 116 milhões apenas com e-commerce no primeiro trimestre desse ano, crescimento de 92% em relação ao mesmo período de 2019.

“A nossa expectativa é continuar crescendo para atender de forma ainda melhor os clientes e oferecer um rol de produtos maior. Mas, considero que somos privilegiados, porque a maioria do comércio está fechada e nós ainda temos a possibilidade de trabalhar, oferecendo saúde às pessoas”, diz Glauco.

A pandemia também levou a administradora de empresas Maria Elisa Bassetti Rosatti a reforçar o uso das redes sociais, assim como o serviço de disque-entrega, para atender os clientes da Drogaria São João, em Sertãozinho. A farmácia foi fundada pelo patriarca da família há 43 anos e hoje é administrada por Maria Elisa e pela irmã, a arquiteta Ana Cláudia Bassetti Rosatti.



Glauco Escudeiro Ramos e a mulher, a farmacêutica Anna Letícia Ramos, proprietários da Drogasert

Apesar de reconhecer a importância dos canais digitais no negócio, Maria Elisa procura manter o legado do pai e se esforça para estar sempre no balcão, oferecendo atenção especial aos clientes. Quando, por algum motivo, a administradora não está na drogaria, é a irmã quem faz as vezes. A equipe tenta ao máximo manter o espírito da farmácia antiga, com “ph”.

“Tenho funcionários capazes e comprometidos, que estão sempre dispostos a ajudar, orientar, dar atenção e não simplesmente dispensar o medicamento no balcão. Existe uma amizade por trás de cada venda. A gente é prestador de serviços, vende saúde e bem-estar. Além disso, temos filhos pequenos, temos mãe idosa, avós, entendemos a realidade das famílias que nos procuram”, afirma Maria Elisa.



Maria Elisa Bassetti Rosatti, proprietária da Drogaria São João e cooperada da Sicoob Cocred há 12 anos

A administradora conta que durante a quarentena reforçou a higienização e a segurança da farmácia, implantando o distanciamento e fornecendo equipamentos de proteção à equipe, e passou a oferecer outros serviços, como a possibilidade de os farmacêuticos irem às indústrias parceiras para realizar palestras, aferir a glicemia ou a pressão arterial dos funcionários.



Estamos oferecendo serviços agregados, principalmente àquelas pessoas que não podem sair de casa, que não conseguem sequer comprar um pão. Estamos ao lado de um supermercado e, se o cliente precisa de uma compra, nós fazemos e enviamos com os pedidos da farmácia. Precisamos ser solidários em um momento como esse. Se a gente pode ajudar, por que não?

Maria Elisa Bassetti Rosatti,
proprietária da Drogaria São João



A pandemia da Covid-19 também tornou ainda mais desafiadora a realidade das farmácias de manipulação. Como a oferta de muitos medicamentos foi reduzida, seja por problemas na importação ou pela falta de matéria-prima para fabricação no Brasil, o setor teve que suprir ao menos uma parte dessa demanda durante o período de isolamento social.

Sócia proprietária da Espaçomed, em Sertãozinho, Neli Toniello Barbosa conta que entre março e abril, logo no início da quarentena, percebeu um crescimento na procura por álcool em gel. Logo depois, a circulação de informações desencontradas e até de fake news nas redes sociais levou ao aumento da busca por zinco, vitamina C, própolis, mel, geleia real e outros produtos voltados ao fortalecimento da imunidade.

Entre junho e julho, ainda de acordo com Neli, houve uma corrida às drogarias para compra de ivermectina, fármaco usado no tratamento de infestações por parasitas, mas que passou a ser indicado por alguns médicos para o tratamento da Covid-19. As vendas cresceram tanto no país, que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) determinou que esse medicamento só pode ser adquirido, a partir de agora, mediante retenção de receita médica.

A própria Associação Nacional de Farmacêuticos Magistrais (Anfarmag) registrou esse aumento da demanda por antitérmicos, antivirais, analgésicos, anti-inflamatórios, anti-histamínicos e até antibióticos durante a pandemia e destacou, em nota, que a contribuição das farmácias de manipulação é especialmente relevante quando se faz necessário o ajuste da dose, a associação de insumos ativos e o preparo de fórmulas diferenciadas.



A procura por medicamentos que não são de uso contínuo aumentou. Chegou a faltar na indústria e recebemos a prestação. Chegava e vendia. Mas, como temos a opção de manipular, nunca faltou na farmácia. O desafio da manipulação é que a gente importa muita matéria-prima da China, da Índia e o dólar subiu muito. Então, o preço está três ou quatro vezes maior. A gente teve jogo de cintura para não repassar todo o valor aos clientes.

Neli Toniello Barbosa, sócia proprietária do Espaçomed



O Procon-SP também identificou variação nos preços dos remédios. Em pesquisa realizada entre 31 de março e 4 de maio, foram levantados os valores de 17 medicamentos de referência em seis estabelecimentos *online*. Em alguns casos, a diferença chegava a 41%. Isso demonstra que, embora a Medida Provisória n.º 933 tenha adiado o reajuste anual dos preços, os valores finais ao consumidor não ficaram “congelados”.

“Somos uma farmácia integrada, temos drogaria e manipulação, então sabemos o que está faltando em ambos os lados. Quando percebemos que vai faltar um produto na drogaria, já recorremos à matéria-prima para manipular. Acontece que, infelizmente, muita gente está se aproveitando desse momento para explorar a população. Nós optamos por manter um preço justo, até mais barato do que em outras drogarias”, afirma Neli.

Assim como outros proprietários de farmácias, Neli também registrou crescimento nas vendas por *delivery* e WhatsApp. Cooperada da Sicoob Cocred há 18 anos, a empresária adquiriu mais uma maquininha Sipag para ficar exclusivamente com o motoboy que realiza as entregas, já que a maioria dos clientes também têm optado por pagamento com cartão de débito ou crédito, evitando usar dinheiro durante a pandemia.

“Mas, a gente continua de portas abertas. E a gente chama pelo nome, conhece a história de cada cliente. Sempre tem quem precise tomar uma injeção ou aferir o nível de glicemia. São serviços oferecidos pelos convênios e hospitais, mas eles consideram a farmácia mais segura, porque a circulação de pessoas é menor, temos segurança particular. Então, ainda mais nesse momento, o serviço personalizado faz toda a diferença”, conclui.



Lucianã Namba e Neli Toniello Barbosa, proprietárias da Drogeria Espaçomed



SUPERMERCADOS SE ADAPTAM, VENDEM MAIS E AMENIZAM PERDAS DO VAREJO

Setor se adaptou rápido às limitações impostas pela pandemia com investimentos em marketing digital e canais de venda online.

Nem tudo é crise em 2020. Se existe um setor que conseguiu se manter em plena pandemia é o de supermercados. Por se tratar de atividade essencial e oferecer um amplo leque de produtos, além de alimentos, esses estabelecimentos continuaram recebendo clientes – e muitos deles, por sinal – enquanto a maioria do comércio de rua e os shoppings foram obrigados a fechar, a partir da segunda metade de março.

Em relação ao faturamento, março e abril foram os melhores meses de vendas. Houve uma corrida às compras e até certo exagero em relação à estocagem de alimentos por parte das famílias. A partir de maio, com a situação mais esclarecida, os consumidores se acalmaram e as vendas estabilizaram.

Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), o setor registrou aumento de 5,63% nas vendas nos primeiros cinco meses do ano, na comparação com o mesmo período de 2019. Só em maio, as vendas nos supermercados brasileiros cresceram 11,9%, levando em consideração valores já deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Apesar do quadro desfavorável ao varejo, as vendas de produtos essenciais – sobretudo aqueles encontrados em supermercados – devem atenuar as perdas do setor. A Pesquisa Mensal de Comércio (PMC-IBGE) divulgada em julho aponta que o índice de vendas de “hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” deve crescer 2,1% este ano – o único segmento com resultado positivo entre os demais.

“O consumidor ficou com medo de faltar mercadoria. Percebemos uma correria nas primeiras semanas, uma busca por itens básicos. Depois, normalizou. Tivemos de nos adaptar, limitar a entrada de clientes nas lojas, manter a desinfecção dos carrinhos, fizemos barreiras nos caixas para evitar o contato entre operadoras e clientes. Foi necessário um investimento”, afirma Marcos Eduardo Nori, diretor comercial da rede Nori.

Cooperado da Sicoob Cocred há quase 15 anos, o grupo Nori possui seis lojas em Batatais e outra em Altinópolis. Os funcionários que fazem parte do grupo de risco da Covid-19 foram afastados. Mas não houve demissão, até porque a rede precisou de mais

colaboradores para suprir as ausências e cumprir as medidas de distanciamento e higienização.

“Estamos realizando vendas por WhatsApp. O cliente faz o pedido, a gente prepara a compra e entrega. O cliente especifica certinho o que ele quer, a marca, a quantidade. Colocamos muitos funcionários para atender essa frente, porque a gente faz a compra como se fosse o próprio cliente. O funcionário escolhe os melhores produtos e isso demanda trabalho. O cliente pode pagar com cartão de crédito ou dinheiro quando recebe”, detalha Marcos.



Marcos Eduardo Nori, diretor comercial da rede Nori, cooperada da Sicoob Cocred há 15 anos

Essa foi a alternativa encontrada por muitas redes para atender os clientes que, por algum motivo, não conseguem ir aos supermercados neste momento. É o caso da Copercana, que possui duas lojas em Sertãozinho, além de unidades em Serrana, Pontal, Pitangueiras e Jaboticabal. Segundo o gerente comercial, Ricardo Meloni, o sistema de delivery foi implantado em tempo recorde. É o primeiro passo para o projeto de e-commerce da cooperativa.

“Como não tínhamos o delivery antes, sentimos uma boa aceitação por parte dos clientes. O destaque é que não terceirizamos esse serviço. A entrega é feita por funcionários e caminhões próprios, sempre tomando todos os cuidados necessários de higiene e proteção. Nossos caminhões são higienizados a cada transporte e os funcionários higienizam as mãos antes e depois de cada entrega”, afirma.

A Copercana também registrou incremento de 12% nas vendas entre março, abril e maio, com maior demanda nesses últimos dois meses.



Ricardo Meloni, gerente comercial da rede Copercana

“A nossa equipe comercial se desdobrou, fez uma força-tarefa para não deixar faltar produtos nas gôndolas. Tivemos um pouco de dificuldade em relação ao abastecimento de álcool em gel e líquido, assim como outros estabelecimentos, pois a indústria de embalagens não estava preparada para um volume tão alto. Como muitas empresas e associações se comoveram com a crise e o brasileiro é solidário, houve também uma grande procura por cestas básicas”, diz.

Ainda segundo Ricardo, a rede criou um comitê para tratar assuntos relacionados ao novo coronavírus. Todas as lojas implantaram medidas para proteger colaboradores e clientes, como controle de entrada com senha, obrigatoriedade do uso de máscara, fornecimento de álcool em gel e luvas plásticas, higienização dos carrinhos e cestas de compras, instalação de barreira protetiva nos caixas, entre outras ações.

“A pandemia também nos fez enxergar de outra forma o contato com o cliente através das redes sociais. Entre elas, o Facebook, o Instagram e o WhatsApp nos aproximaram ainda mais dessas pessoas. Por essas mídias divulgamos o jornal de ofertas, produtos, serviços e, principalmente, informativos com os horários de funcionamento, decretos governamentais e das prefeituras locais, que têm impactado nossas atividades”, afirma.

O investimento em canais digitais é uma realidade comum a quase todo o setor, até porque, se antes da pandemia a venda de alimentos e bebidas pela *web* era irrisória, esse movimento se intensificou. Pesquisa realizada pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) mostra que 61% dos consumidores que aderiram aos canais *b* durante a quarentena aumentaram o volume de compras nessa modalidade devido ao isolamento social.

Já um estudo realizado pela Social Miner, plataforma que alia inteligência, dados e marketing humanizado, em parceria com a Opinion Box, aponta que 62,7% dos entrevistados vão continuar realizando compras de supermercado, tanto online, quanto em lojas físicas, ao fim da pandemia. Do total, 10,9% disseram estar decididos a só consumir pela internet.

Uma das primeiras redes a apostar no e-commerce é o Savegnago, que nasceu modesto em 1976, em Sertãozinho, e hoje conta com quase 50 unidades no interior paulista. O presidente executivo da rede, Chalim Savegnago, conta que expandiu a equipe desse setor, depois que as vendas online cresceram 300% de uma só vez.



Chalim Savegnago, presidente executivo da rede Savegnago e cooperado da Sicoob Cocred há 12 anos

“Rapidamente nos adaptamos, compramos veículos para entrega, fizemos novas contratações. Foram 95 pessoas a mais na equipe apenas para atender e-commerce. Toda cidade com loja física tem loja virtual e nós vendemos perecíveis: carnes, frutas, verduras, legumes e laticínios. Algumas lojas aderiram ao Rappi em Ribeirão Preto e Campinas. Agora, estamos multiplicando esse modelo para atender todas as cidades onde há loja Savegnago”, afirma.

De acordo com Chalim, o grupo registrou aumento entre 5% e 6% nas vendas, no período de abril a junho deste ano. Em contrapartida, houve investimento na adoção de medidas de segurança, implementação de equipamentos de proteção individual e reposição do quadro funcional afastado, já que cerca de 800 colaboradores que integram o grupo de risco da Covid-19 foram mantidos em casa, mas continuam recebendo salários e benefícios.

“Em um primeiro momento, antecipamos as férias. Agora, aderimos ao plano de suspensão dos contratos: o governo assumiu 70% dos salários e o Savegnago complementa os 30% restantes. Além disso, fizemos a reposição dessas pessoas para atender a demanda de acréscimo nas vendas, evitar filas, manter o espaçamento dentro das lojas, atender de forma mais rápida. Isso representou um incremento de 30% em gastos”, detalha o presidente.

DOIS PESOS, DUAS MEDIDAS

Essa é uma percepção de todo o setor: se por um lado as vendas cresceram, por outro houve a necessidade de investir em segurança e na contratação de mão de obra para repor os funcionários afastados. Diretor regional da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Rodrigo Canesin diz que um comitê formado por representantes da entidade está dialogando com o governo paulista sobre as regras da quarentena.

“Se uma pessoa da família diz que está gripada, a saúde suspende a família toda do trabalho. Nosso contingenciamento de funcionários está ficando apertado. Estamos tendo que contratar mais mão de obra para suprir esses funcionários que estão sendo afastados para manter o nível de serviço e o atendimento aos clientes, uma vez que com a pandemia existe um trabalho maior de higienização”, afirma.

Presidente da Rede 10, que conta com 11 supermercados em Ribeirão Preto, Pontal, Serra Azul, Nuporanga, Luiz Antônio, Brodowski e Bento Quirino, Rodrigo também reforça a importância do investimento em e-commerce, destacando que antes da pandemia os



Rodrigo Canesin, diretor regional da Apas e presidente da Rede 10, cooperada da Sicoob Cocred

canais digitais eram responsáveis por 3% das vendas do grupo e, agora, esse índice chega a 10%. A rede adquiriu novos caminhões e formou equipes extras para atender a demanda pelo delivery.

“Está muito difícil fazer uma previsão de como estará tudo isso até o final da pandemia. Tudo depende do tamanho da contaminação entre a população, de como os governos municipais estão reagindo, de quais medidas estão tomando. Tudo depende do estágio de contaminação das cidades”, explica.

Gestora financeira da Rede Gricki, que conta com oito lojas em Ribeirão Preto, Sertãozinho, Tambaú, Santa Rosa de Viterbo e São Simão, Fernanda Gricki também reconhece o aumento nas vendas, principalmente nos primeiros meses da pandemia, mas afirma que parte do lucro foi destinado à segurança nas lojas: o grupo foi um dos primeiros a instalar proteções de acrílico nos *checkouts*, por exemplo.

“A gente teve uma alavancagem nas vendas. Mas, em contrapartida, o resultado não foi tão diferente por causa dos investimentos. A gente estendeu o horário, contratou mais funcionários, afastamos menores aprendizes, gestantes, idosos. Na rede, não tivemos problemas com contágio. A gente está vendendo bastante, mas o resultado não é tão positivo assim”, destaca.



Fernanda Gricki, gestora financeira da Rede Gricki, cooperada da Sicoob Cocred há 3 anos

As lojas da rede Gricki também têm funcionários nas entradas orientando os clientes sobre a obrigatoriedade do uso de máscaras e de álcool em gel, assim como a necessidade de distanciamento. Cestinhas e

carrinhos são higienizados frequentemente e os funcionários receberam equipamentos de proteção.

A pandemia também levou o Gricki a acelerar a implantação do e-commerce e investir ainda mais em marketing digital, principalmente nas redes sociais. O aplicativo do grupo, que oferece descontos exclusivos, ganhou mais importância e se tornou canal de comunicação entre o supermercado e os clientes.

PROJETOS FUTUROS

Os supermercados se reinventaram rapidamente e, apesar de todos os desafios impostos pela Covid-19, conseguiram atender à demanda e suprir às necessidades da população. A Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo (PCS/Apas), realizada em junho, mostra que o otimismo do setor cresceu 19 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano passado, quando 11% se mostravam otimistas com o cenário econômico.

“A gente não sabe o que vai acontecer, quanto tempo vai durar a pandemia. A nossa maior preocupação era faltar produto, haver desabastecimento. Mas, não tivemos problemas quanto a isso. Em junho chegou a faltar laticínios, porque alguns frigoríficos sofreram com surto do novo coronavírus, precisaram parar por alguns dias, houve até alteração do preço. Mas, foi um caso pontual. Estamos acompanhando a curva da doença”, afirma o diretor comercial do grupo Nori.

Já a rede Copercana segue com as ações previstas antes mesmo da pandemia, como a reforma do supermercado em Serrana e a ampliação da unidade em Pontal. Além disso, a cooperativa contratou uma consultoria para aprimorar os processos internos e está implantando o sistema SAP – software de gestão empresarial – em todas as áreas.

O Savegnago, por sua vez, inaugurou duas lojas em Campinas, outra em Limeira e mais uma em Araraquara. A rede também manteve os projetos de reforma e ampliação dos supermercados no bairro Planalto Verde, em Ribeirão Preto, e na cidade de Jardinópolis. Já a loja localizada na Rua Silveira Martins, também em Ribeirão Preto, está passando por processo de modernização.

“Os supermercados foram considerados atividade essencial. Os restaurantes ficaram fechados e as famílias estão ficando mais em casa, cozinhando mais em casa. As crianças não foram à escola, os adolescentes não foram à faculdade. Então, as vendas do setor cresceram devido a essa mudança de hábito dos consumidores, o consumo no lar. De uma forma, ou de outra, fomos beneficiados por continuar trabalhando e fazer o alimento chegar à população”, diz Chalim.

SOLIDARIEDADE E DIGITALIZAÇÃO: OS LEGADOS DA PANDEMIA NO VAREJO

Líder de negócios, Luiza Helena Trajano destaca a importância da cultura digital e da consciência coletiva nas empresas.



Diante do avanço da pandemia e dos suscetíveis adiamentos da quarentena, que manteve a maioria dos comércios fechados, poucas empresas teriam a coragem de cortar 80% dos salários dos seus principais executivos e reduzir pela metade as remunerações dos diretores e membros do Conselho de Administração, para manter empregos e não encerrar as operações. Mas, essa foi a decisão tomada pelo Magazine Luiza.

E não apenas isso. O auxílio-creche pago a cerca de 5,5 mil funcionárias cujos filhos têm até 10 anos de idade foi dobrado. As equipes de logística e distribuição, que continuaram trabalhando, receberam aumento de salário. As famílias Trajano e Garcia, controladoras do grupo, anunciaram ainda a doação de R\$ 10 milhões para compra de equipamentos hospitalares.

O Conselho de Administração também cancelou a distribuição de dividendos adicionais que somavam R\$ 290,914 milhões. Ficou decidida a distribuição de apenas R\$ 170 milhões, cerca de 19,35% do lucro líquido apurado no exercício, para a preservação do caixa. Pelo mesmo motivo, também foi aprovada a captação de R\$ 800 milhões por meio de *debêntures*.

Mesmo sem saber os rumos da economia, o Magazine Luiza continuou investindo pesado em e-commerce e lançou uma plataforma digital para auxiliar micro e pequenos empreendedores do varejo a manter os negócios “abertos”, inclusive sem cobrar a entrega pelos Correios. A cada venda concretizada, os lojistas pagaram apenas uma taxa de 3,99% sobre o valor.

A adoção de todas essas medidas fez o Magazine Luiza se destacar ainda mais entre as redes varejistas brasileiras. As operações de e-commerce, que seguiam em crescimento, decolaram: metade das vendas concretizadas hoje vem do *online*. Com consequência, os papéis da empresa (MGLU3) estão entre os que mais valorizaram nos últimos meses.

E não apenas isso. A empresa registrou um salto nas vendas no segundo trimestre, graças às vendas pelo comércio eletrônico, que compensaram a queda de resultado das lojas físicas. As vendas totais de abril a junho somaram R\$ 8,6 bilhões, alta de 49% ante o mesmo período de 2019. A companhia fechou o semestre com posição de caixa líquido ajustado de R\$ 5,8 bilhões, alta de R\$ 5 bilhões em um ano.

E à frente desse resultado está uma figura conhecida pela maioria dos brasileiros: Luiza Helena Trajano, sobrinha dos fundadores do Magazine Luiza, que começou a trabalhar na empresa aos 12 anos e hoje, aos 69, preside o Conselho de Administração. Luiza Helena é uma das principais vozes do empresariado

brasileiro e a mulher mais rica do país, cuja fortuna alcança US\$ 4,3 bilhões.

Ao lado de outros empresários, Luiza Helena encabeçou o movimento #NãoDemita, cujo propósito era manter os quadros funcionais por ao menos 60 dias. Ao todo, 4 mil companhias aderiram ao projeto, entre elas os grupos Pão de Açúcar e O Boticário, a Microsoft e a MRV Engenharia, garantindo 2 milhões de empregos em meio à pandemia.

Em entrevista à Cored Mais, Luiza Helena destacou que a crise certamente é mais pesada a pequenos e médios empresários, e ainda mais a trabalhadores autônomos e informais. Por isso, segundo a empresária, o momento é de auxiliar com mais ênfase estes segmentos, sem esquecer que por trás de cada trabalhador existe uma família e uma história de vida.

Luiza Helena foi responsável pelo salto de inovação e crescimento do Magazine Luiza. Assim que assumiu a gestão da empresa, em 1991, decidiu informatizar as lojas para agilizar os processos de estoque e distribuição. Oito anos depois, criou a primeira loja virtual do país. Por isso, para a empresária, a transformação digital se torna ainda mais imprescindível a partir de agora.

Para Luiza Helena, a pandemia deixa como legado a solidariedade, a consciência coletiva e a digitalização, e destaca que manter-se otimista é enfrentar os problemas de frente e não ficar paralisado diante do medo. Como ela mesma sempre afirma nas palestras: “Primeiro faça o necessário, depois o possível e, de repente, você vai perceber que pode fazer o impossível”.

Cored Mais - Você está há mais de 25 anos à frente do grupo Magazine Luiza, já se deparou com diversos desafios, enfrentou cenários econômicos e políticos variados. A pandemia da Covid-19 está sendo a pior crise que enfrentou? Por quê?

Luiza Helena - Eu me considero a CEO das crises. Logo que assumi o Magazine Luiza veio o Plano Collor, o confisco, que deixou todos com apenas 50 cruzeiros no banco. Foram dezenas de crises atravessadas nestes anos todos, nacionais e internacionais, mas nenhuma nesta dimensão, por mexer não somente com a economia, mas com a saúde também.

Cored Mais - O grupo Magazine Luiza adotou uma série de medidas com foco na saúde e segurança dos colaboradores. Como manter as operações e proteger os funcionários? Qual a sua orientação aos empresários nesse sentido?

Luiza Helena - Tínhamos um encontro com todas as lideranças em março, que o Frederico [Trajano],

CEO da empresa e que já vinha acompanhando a gravidade do problema, cancelou, mesmo com todas as despesas praticamente pagas. Fechamos as lojas antes mesmo de ser obrigatório e, rapidamente, implantamos a telemedicina para atender todos os colaboradores. Agora, na retomada, estamos sendo rigorosos com todos os procedimentos de segurança. Todos nós precisamos ter a consciência de que CPF não volta e não deixar de medir esforços na prevenção.

Cocred Mais - Qual a sua avaliação sobre as medidas econômicas adotadas pelo governo neste momento de pandemia? Faltaram linhas de crédito ou benefícios sociais? De que forma é possível fazer isso chegar a quem mais precisa realmente?

Luiza Helena - O governo tomou várias medidas boas e rápidas, especialmente para os pequenos negócios. Esta era uma crise para a qual ninguém estava preparado, seja político ou empresário. Ninguém imaginava o tamanho dela. O pânico paralisa, por isso muita gente nem olhou ou buscou entender as medidas apresentadas. Minha equipe preparou um resumo muito claro dessas medidas, que estão em minhas redes sociais. O grande desafio agora é encontrar os gargalos que estão impedindo que as medidas cheguem rapidamente às micro e pequenas empresas. O Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV), do qual sou conselheira, está trabalhando fortemente para ajudar o governo, para que o dinheiro chegue, para garantir os empregos nas pequenas empresas.

Cocred Mais - De que forma o empresariado pode colaborar com o país neste momento (ou, isso é possível)? Quais medidas foram adotadas pelo Magazine Luiza para amenizar as dificuldades impostas pela crise sanitária? Quantos foram atingidos?

Luiza Helena - Um dos legados dessa crise será a preocupação com o coletivo. O Magazine Luiza sabia que a grande maioria das pequenas e microempresas, e até vendedores autônomos, não tinha nenhum tipo de venda *online*. Por isso, rapidamente abrimos a plataforma de vendas, reduzindo muito as taxas de mercado, para que eles pudessem continuar a vender, mesmo com as portas fechadas. Foi um sucesso e cerca de 160 mil aderiram, e estão aprendendo como vender pela internet. Além da plataforma, fizemos convênio e oferecemos cursos do Sebrae e vamos conseguir elevar o patamar dessas empresas.

Cocred Mais - As lojas digitais foram, basicamente, a única alternativa do varejo durante o isolamento social. Você acredita que o e-commerce continuará nesse ritmo, devem manter a preferência do consumidor com o fim da pandemia? E qual o futuro das lojas físicas?

Luiza Helena - O Magazine Luiza já vinha obtendo crescimento de 50% nas vendas no digital e de 20% a 30% nas lojas físicas. Em maio deste ano, com 90% das lojas fechadas, conseguimos vender 46% a mais do que no ano passado nos dois canais. Isso aconteceu porque estávamos muito preparados. Alguns segmentos estão tendo melhores resultados, como produtos para casa, tais como aspirador de pó e panelas, e outros sofrem mais, como roupas e calçados. Como as pessoas quase não estão saindo de casa, isso deixa de ser prioridade. Mas, o importante é todos saberem que a loja física não irá acabar. Ela está se modificando e a sua transformação passa pela junção com o digital, que é no que sempre acreditamos.

Cocred Mais - Esse já pode ser considerado um ano perdido? É possível manter o otimismo, apesar da falta de previsibilidade? De que forma? Como é possível se reinventar ou se adaptar, apesar da sensação de estarmos de “mãos amarradas”?

Luiza Helena - Otimismo não é ficar esperando as coisas acontecerem e, sim, buscar a melhor solução para a realidade que se apresenta, em vez de ficar parado, reclamando da situação. O pânico nos paralisa e impede de vermos as medidas de auxílio que estão sendo tomadas pelo governo, além de atitudes que precisam ser tomadas para adaptar as empresas ao novo cenário.

Cocred Mais - O que foi possível aprender com a pandemia? O que há de positivo em meio à crise? Qual a principal lição deixada pelo novo coronavírus ao empreendedor?

Luiza Helena - Foram diversas lições e uma delas é que o digital é uma cultura, um modo de vida e sem ele não vamos sobreviver. Muita gente estava fora do mundo digital, mas a epidemia está nos mostrando a importância deste canal para as vendas, para o *home office*. O Brasil foi rápido ao se adaptar. Outra coisa que vai ficar é a cultura da doação e da solidariedade. A tempestade atingiu a todos, mas não dá para dizer que todos estavam no mesmo barco, porque a desigualdade social veio à tona. O Brasil nunca esteve tão solidário como hoje e não acho que isso será passageiro, pois esse momento está elevando o nível de consciência e da responsabilidade coletiva.

“

Otimismo não é ficar esperando as coisas acontecerem e, sim, buscar a melhor solução para a realidade que se apresenta, em vez de ficar parado, reclamando da situação. O pânico nos paralisa e impede de vermos as medidas de auxílio que estão sendo tomadas pelo governo, além de atitudes que precisam ser tomadas para adaptar as empresas ao novo cenário.

Luiza Helena Trajano,
Presidente do Conselho de
Administração do Magazine Luiza

”





TRATO FORTE COCRED.

O INVESTIMENTO CERTO
PARA UMA COLHEITA
DE RESULTADOS.



cocred.com.br

©    [sicoobcocred](https://www.facebook.com/sicoobcocred)

Ouvidoria - 0800 725 0996 - Atendimento seg. a sex. das 8h às 20h.
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458.

Já está pensando no futuro do seu negócio e precisa de uma **linha de financiamento específica para tratores e GPSs**? Então agora você tem: **Trato Forte Cocred**, com ele você garante o solo fértil da produtividade e uma safra de ótimos resultados*.

- ✓ Sem incidência de IOF diário;
- ✓ Financiamento de até 100% de tratores e colheitadeiras;
 - ✓ Até 5 anos para pagar;
 - ✓ Pagamento da 1ª parcela em até 2 anos;
- ✓ Condições especiais para produtores rurais.

Fale com o seu gerente e prepare-se para um campo vasto de possibilidades.



Vem crescer com a gente.



SICOOB COCRED SEGUE INVESTINDO E INAUGURA AGÊNCIA EM CAJOBI

Unidade no Centro oferece mais conforto, segurança e eficiência aos cooperados da região noroeste paulista.

A pandemia do novo coronavírus não impediu a Sicoob Cocred de seguir em frente com os investimentos, sempre mantendo o cooperado como foco principal. No último dia 13 de julho a cooperativa inaugurou a nova agência de Cajobi

em um prédio mais amplo e moderno, que oferece mais conforto não apenas aos 686 cooperados da cidade, mas aos moradores da região noroeste de São Paulo, que podem ter acesso aos benefícios do cooperativismo de crédito.

A unidade na Rua Missael Anacleto Souza, n.º 159, bem em frente à Prefeitura Municipal e à Praça Monsenhor José Maria Soares Bezerra, no Centro, substituiu o posto de atendimento que funcionou por quase 11 anos na Rua Doutor Adhemaro Godoy, n.º 401. O telefone também mudou. Agora, os cooperados são atendidos pelo número (17) 3563-8400.

A nova agência conta com 188,5 metros quadrados de área construída, caixa eletrônico, três caixas para serviços presenciais, quatro baias de atendimento pessoal, além de estacionamento para pessoas com deficiência e rampas de acesso na calçada e na entrada principal. Toda a estrutura foi planejada para oferecer muito mais eficiência e segurança.

O diretor de Negócios da Cocred, Gabriel Jorge Pascon, afirma que a cooperativa se orgulha de estar presente em Cajobi, município localizado em uma região promissora do estado e cujo Produto Interno Bruto (PIB) em 2017, ano do último levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), alcançava R\$ 152,6 milhões.

Isso reflete diretamente no alto grau de desenvolvimento e de investimentos que, por sua vez, impacta em indicadores, como o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb): Cajobi tem nota 7,0 neste quesito, o dobro da média nacional. No ranking referente à taxa de escolarização entre jovens de 6 a 14 anos, Cajobi está na posição 152 entre as 5.570 cidades brasileiras.



Além de prezarmos pelo contato com os cooperados, a partir de um atendimento humanizado, também nos dedicamos a entender suas necessidades, colocando à disposição as melhores alternativas financeiras, tendo como objetivo principal transformar realidades e realizar sonhos, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades, diz.

Gabriel Jorge Pascon, diretor de Negócios da Sicoob Cocred



Cajobi possui, atualmente, apenas três instituições financeiras e a Sicoob Cocred é uma delas. Pascon destaca que, por não objetivar o lucro, mas o desenvolvimento dos cooperados, as cooperativas de crédito conseguem oferecer taxas melhores e condições mais competitivas, além de diversos produtos e serviços personalizados, e participação nos resultados.



Gabriel Jorge Pascon, diretor de Negócios da Sicoob Cocred

“Nos posicionamos para ser o principal agente fomentador de cada um dos cooperados. Cajobi contabiliza no Sistema Financeiro Nacional R\$ 63 milhões em operações de crédito, R\$ 42 milhões em poupança e R\$ 25 milhões entre depósitos à vista e a prazo. Com mais 10 anos de presença na cidade, temos um *share* acima de 40% dos volumes transacionados”, afirma.

Assim como as demais 32 agências da Sicoob Cocred em São Paulo, a nova unidade em Cajobi continua funcionando em horário diferenciado em função da pandemia: de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h. Mas, os cooperados também têm acesso aos produtos e serviços da cooperativa pelo aplicativo Sicoob e Internet Banking, disponíveis 24 horas por dia.

“Enquanto os grandes bancos públicos e privados estão reduzindo o número de agências, as cooperativas de crédito seguem uma estratégia contrária, e quem ganha mais opções de atendimento são os cooperados. Além desta forte presença física, nossas ferramentas digitais vêm se destacando pela facilidade, comodidade e segurança, sendo recorrente inúmeras premiações por empresas deste segmento”, finaliza.



EM TEMPOS DE PANDEMIA, PAUSA PARA O CAFÉ!

**Covid-19 não deve impactar safra 2020/2021,
mas queda no consumo preocupa produtores.**

De uma forma ou de outra, a pandemia mudou nossos hábitos. Estamos cozinhando – e ficando – mais em casa, lavando as mãos mais vezes ao dia, higienizando utensílios e móveis com mais frequência. O trabalho ficou remoto, as reuniões se tornaram videoconferências e os shows viraram lives. Só uma coisa continua igual: a pausa para um cafezinho! Seja forte ou fraco, coado ou expresso, pingado ou capuccino, o café ainda é preferência entre os brasileiros.

Mesmo com a mudança no consumo, que deixou as cafeterias e se concentrou nas casas, por conta das restrições impostas pelo isolamento social, a procura por café cresceu 35% em março, logo no início da quarentena, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic). A produção também vai bem, obrigado! A expecta-

tativa é que a safra 2020/2021 alcance 60 milhões de sacas, de acordo com projeção da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

“Será uma boa produção, mas não será recorde. Em termos de qualidade, o café está bom. O clima está ajudando, tivemos chuvas regulares e, na colheita, o tempo seco. Boa produtividade e ótima qualidade, essas são as características da safra. A gente acredita em um bom preço. Então, só falta lucratividade”, afirma José Marcos Magalhães, presidente da Cooperativa dos Cafeicultores da Zona de Varginha (Minasul), cooperada da Sicoob Cocred.

José Marcos explica que a quarentena pouco interferiu na safra, já que 70% dos 8 mil cooperados da Minasul realizam colheita mecanizada. A cooperativa comercializa 1,6 milhão de sacas de café por ano e também

não registrou problemas na logística de distribuição. Já a paralisação da indústria afetou a produção de insumos e itens de colheita. A Minasul fornece 17 mil desses produtos a cafeicultores, cerealistas, produtores de hortifruti e pecuaristas.



José Marcos Magalhães, presidente da Minasul, cooperativa da Sicoob Cocred

“Tivemos dificuldade para obter cerca de 5 mil itens. Então, a gente se preocupa com o próximo ciclo, porque a natureza não espera. Você prepara a terra, aduba, faz o manuseio, mas, se não tiver o material, o equipamento funcionando na hora certa, o prejuízo é muito grande, não tem como recuperar. Ninguém vai plantar fora de época porque não vai colher. O que nos preocupa é a próxima safra, principalmente porque a gente não faz só café”, afirma.

Ainda de acordo com José Marcos, a Minasul registrou aumento na demanda internacional nos primeiros meses da pandemia. A cooperativa possui escritórios comerciais em quatro países: Estados Unidos, Escócia, China e Taiwan. Na Europa, o aumento dos pedidos foi de 25%, enquanto os norte-americanos compraram 35% mais. Isso resultou em negócios futuros e na antecipação de algumas entregas já negociadas.

“Na saída da pandemia, a queda na renda das famílias acende um sinal amarelo. Mas, por enquanto, não tivemos nenhuma sinalização de que seremos atingidos. Estamos apostando em uma saída rápida da crise. Caso isso não aconteça, já percebemos que o café é um item que parece ser supérfluo, mas é de primeira necessidade. Em vista dos demais setores, que estão enfrentando muita dificuldade, o agronegócio e a cafeicultura estão em posição privilegiada”, diz José Marcos.

O Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé) confirma que a pandemia não causou impactos materiais nos embarques do maior produtor e exportador global de café – a produção brasileira representa 1/3 do consumo mundial e os principais destinos são Estados Unidos, Alemanha, Itália, Bélgica e Japão. A Cecafé prevê ainda que o consumo deve ficar estável em 2020 em todo o mundo, com a possibilidade de um modesto crescimento.

SAFRA 2020/2021

De maneira geral, agronegócio não sofreu com a Covid-19, exceto alguns casos pontuais. As gôndolas dos supermercados continuaram abastecidas, o trabalho no campo seguiu conforme o previsto – respeitando as medidas de distanciamento e higienização – e a distribuição não apresentou problemas relevantes, apesar da precaução dos produtores com possíveis embargos em portos e rodovias.

Em outras palavras, a safra de café 2019/2020 não foi impactada. Já a safra atual esbarra na expectativa de queda no consumo, prevista até pelo departamento de Agricultura dos Estados Unidos. O governo norte-americano alega que as cafeterias foram gravemente afetadas pela quarentena e, mesmo com a reabertura das economias, os consumidores ainda estão hesitando em sair para comer.

A “segunda onda” da Covid-19 em alguns países pode prejudicar ainda mais este cenário. Quinta geração na cafeicultura, o administrador de empresas Gabriel Afonso Lancha Alves de Oliveira afirma que a pandemia ainda não causou prejuízo significativo aos negócios, mas já impactou a distribuição. Cerca de 80% do café produzido pela família é exportado para Austrália, Estados Unidos, Europa, Japão e China.

“Tivemos alguns *containers* postergados. Quando a pandemia estourou, logo entre abril e maio, os compradores seguraram os embarques. Depois, o porto de Santos lotou. Então, optaram por atrasar os embarques e quando a gente procurava navio disponível não encontrava, estavam todos cheios. Isso atrapalhou um pouco o escoamento da produção”, conta.

Gabriel e o irmão, o engenheiro agrônomo Lucas Lancha Mei Alves de Oliveira, estão à frente dos negócios da família na região de Franca: o grupo Labareda Agropecuária, que é cooperado da Sicoob Cocred há oito anos. Diretor agroindustrial, Lucas é o responsável por toda a operação que envolve plantação, colheita, processos de qualidade e certificação. Já Gabriel, diretor comercial administrativo, está à frente das negociações.

Cerca de 70% da produção da família é de café com altíssima qualidade. Em 2019, um dos cafés produzidos pelo grupo ficou em nono lugar no concurso *Coffee of the Year* (Coy), que elege os melhores do Brasil. O patriarca, Gabriel Afonso Mei Alves de Oliveira, é um dos fundadores da Alta Mogiana *Specialty Coffee* (AMSC), associação que preserva e promove o café especial da região noroeste paulista e do Sul de Minas Gerais.

Gabriel conta que a família antecipou a colheita assim que circularam as primeiras notícias sobre os casos de Covid-19 na capital paulista. Quando a pandemia avançou para o interior do estado, no início de julho, o trabalho já havia terminado. Mesmo assim, o grupo se preocupa com os efeitos da crise, principalmente porque as projeções são de queda drástica no consumo de cafés especiais em todo o mundo.

“Antes, por exemplo, 20 empresas compravam para fornecer a 1 mil torrefadores. Agora, os torrefadores pararam de comprar e, em cadeia, as vendas diminuíram. Os torrefadores estão com estoque alto, dizem que têm café para o ano todo. O ágil nessa safra vai ser muito menor. O café especial, que tinha um ágil alto, vai sofrer. Essa não é uma afirmação com base em dados concretos, é uma percepção comercial, de acordo com a minha experiência de mercado”, diz.

PÓS-PANDEMIA

Mas, Gabriel parece ter razão. Levantamento divulgado pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, sigla em inglês) aponta queda de 76,25% nas vendas do segmento em abril deste ano, afetando principalmente microtorrefações e cafeterias independentes. Por outro lado, alguns associados citaram aumento de 49% nas vendas pela internet. A BSCA ponderou, no entanto, que os canais digitais não compensaram a redução do movimento nas lojas.

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), que até março reunia quase 1 milhão de pontos comerciais, também estima que 25% das empresas do setor devem encerrar as operações no país em razão das consequências da crise sanitária. O fechamento de duas lojas da rede de alto padrão Octávio Café – uma na Avenida Brigadeiro Faria Lima e outra no shopping Cidade Jardim, na capital paulista – ilustram bem esse cenário.

A continuidade da exportação de café também é incerta. Engenheiro agrônomo com MBA em agronegócios pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP) e diretor da Cafezal Consultoria, com sede em Franca, Anselmo Magno de Paula afirma que os importadores estão prorrogando os

pedidos pelos mesmos motivos: redução da demanda e dificuldade dos atacadistas receberem das cafeterias os lotes já entregues.

“Pelo que a gente conversa, houve uma mudança no padrão de café. O expresso, via de regra, é superior ao padrão médio do consumo doméstico. Então, as torrefações reduziram a qualidade, compraram matéria-prima um pouco mais baixa e, como já estava no livro de exportação alguns embarques de matéria-prima mais nobre, a demanda diminuiu. Aquilo que estava programado para ser entregue no curto prazo vai ser estendido. O efeito vai ser no pós-pandemia”, diz.

Anselmo pondera que o *home office* fortaleceu o consumo doméstico e absorveu uma parcela significativa da demanda por café, mas não a ponto de compensar o que movimentava o chamado mercado *horeca*, setor formado por hotéis, restaurantes, bares, padarias e cafeterias, e também o que era consumido em eventos e reuniões empresariais.

“Especificamente em relação às cafeterias, que vinham numa crescente vertiginosa, oferecendo produtos diferenciados, os chamados cafés especiais, sentirão na pele os efeitos da crise. Até mesmo grandes redes, verdadeiras grifes neste segmento, tiveram suas atividades suspensas. Inevitavelmente, os efeitos estão sendo sentidos no final da cadeia, mas é pouco provável que seus reflexos não sejam sentidos ao longo da cadeia, em especial, os produtores. A pergunta que fica é: Quando tudo voltará ao normal?”, finaliza.



Anselmo Magno de Paula, diretor da Cafezal Consultoria, cooperada da Sicoob Cocred há 5 anos

CRÉDITO RURAL DA SICOOB COCRED.

COM A NOSSA PARCERIA,
VOCÊ FAZ BONS NEGÓCIOS.

Reginaldo José de Barcelos
Produtor Rural

Se você é pequeno, médio ou grande produtor rural, a Cocred é sua segunda casa, oferecendo soluções financeiras completas para aumentar sua produção agrícola ou pecuária. São linhas de crédito para investimento, custeio e comercialização, com as melhores taxas e atendimento próximo e atencioso.

Converse com seu gerente e saiba mais detalhes.

 **SICOOB COCRED**

Vem crescer com a gente.

Central de Atendimento Sicoob - 24 horas: 4000 1111 (capitais e regiões metropolitanas)
0800 642 0000 (demais localidades) | Ouvidoria: 0800 725 0996 - ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458

AGO/21

CREDIÁRIO SIPAG

A Cocred tem a solução
ideal para sua receita
crescer já e sempre.

Com o Crediário Sipag, você vende em até 36 vezes,
com parcelas mínimas de R\$ 30, e recebe o valor
em até 5 dias úteis sem taxa de antecipação.
É mais um benefício Cocred na palma da sua mão.



**Venda em até
36 vezes.**



**Receba o valor total
em até 5 dias úteis.**



**Maior valor de
compra e venda.**



Todo cliente com cartão de crédito Mastercard com a função Crediário habilitada, independente do banco emissor, pode aproveitar o benefício.

No momento da compra, basta o estabelecimento:

- Escolher a função **Crédito**;
- Depois a opção **Crediário**;
- Fazer a **simulação desejada**;
- E **confirmar a contratação por meio da senha do cliente**.

Acesse

credariosipag.sicoobcocred.com.br
ou ligue para a agência Cocred mais próxima de você.

Crediário Sipag. Ganhe mais, cresça mais.
Bom para o seu negócio, bom para o seu cliente.

 **SICOOBCOCRED**

Vem crescer com a gente.



1914

STAROSA DE VITERBO

SANTA ROSA DE VITERBO: DO IMPÉRIO AGRÍCOLA À INDUSTRIALIZAÇÃO

Indústria e comércio movem cidade que abrigou barões do café e uma das primeiras usinas de açúcar de SP.

O advento das estradas de ferro está intimamente ligado ao desenvolvimento do interior do Brasil na segunda metade do século 19. A inauguração da Companhia Mogiana pelos barões do café, por exemplo, transformou o estado de São Paulo na locomotiva econômica do país, facilitando o deslocamento, fortalecendo os negócios e contribuindo com o crescimento dos povoados. E é justamente nesse contexto que nasceu Santa Rosa de Viterbo.

Com a expansão da ferrovia até São Simão, em 1883, muitos imigrantes italianos chegaram à região para trabalhar nas lavouras de café e passaram a se reunir em vilarejos. Nessa época, Henrique Santos Dumont, pai de Alberto Santos Dumont, construiu uma ferrovia particular ligando sua propriedade, a conhecida Fazenda Amália, ao tronco principal da Mogiana, impulsionando ainda mais o desenvolvimento local.

Hoje, o que resta desses áureos tempos é o prédio da antiga estação de trem. Isso porque, no início do século 20, o café foi sendo substituído pela cana-de-açúcar e não demorou muito para que fosse inaugurada ali uma das primeiras usinas de açúcar do interior paulista. No final da década de 1980, já sob administração da família Matarazzo, a Fazenda Amália foi arrendada e vendida a uma empresa, dando início ao ciclo industrial de Santa Rosa.

Foi mais ou menos nessa época que a Indústria de Brinquedos NIG, fundada em 1958 pelo imigrante espanhol Manuel Cardeña Luca, se mudou de São Caetano do Sul para Santa Rosa. Filho de Manuel e atual diretor da NIG, o empresário Roberto Moimaz Cardeña conta que a família chegou ao município justamente na fase de transição econômica, no fim do império Matarazzo e, conseqüentemente, da Fazenda Amália.



Roberto Moimaz Cardeña, diretor da Indústria de Brinquedos NIG, cooperada da Sicoob Cocred há 8 anos

“Em São Caetano do Sul sofríamos muita enchente. Minha mãe é nascida em Santa Rosa, então temos família na cidade. Durante umas férias, o prefeito da época convidou meu pai a montar a indústria na cidade. Ele já estava com vontade de sair de São Paulo e se mudar para o interior, já que tínhamos laços familiares. O convite foi crucial para a transferência da fábrica”, relembra Roberto.

Os negócios prosperaram. Hoje, a NIG ocupa uma área de 40 mil metros quadrados, conta com 80 colaboradores e produz 700 mil brinquedos por ano: itens pré-escolares, jogos, artigos em madeira e EVA, além de possuir a licença de marcas famosas, como Galinha Pintadinha e Turma da Mônica. Os produtos estão presentes em 5 mil pontos de venda em todo o país.



Santa Rosa é uma cidade tranquila, pequena, mas muito próspera. Quando chegamos, era bastante afastada de São Paulo, tudo era muito difícil, mas hoje o interior está forte. Estamos próximos a Ribeirão Preto, é uma região que tem potencial e só tende a crescer. Acredito que o interior paulista tem muito mais a oferecer do que a própria capital.

Roberto Moimaz Cardeña, diretor da Indústria de Brinquedos NIG



O engenheiro agrônomo e produtor rural Glauber Roberto de Moraes também sempre ouviu relatos do período de prosperidade da Fazenda Amália. Apesar de ter nascido em São Simão, o pai dele, João Luiz de Moraes, adquiriu uma propriedade em Santa Rosa em 1971: a fazenda Chaparral. A família investia em gado leiteiro e de corte, e na produção de algodão e milho.

“O auge da cidade ocorreu com a família Matarazzo. A atividade econômica era bem mais desenvolvida. Havia uma fábrica de sabonetes que empregava quase mil pessoas, uma usina de açúcar que era considerada uma das maiores do estado. Mas, Santa Rosa continua sendo uma cidade boa, tem um comércio forte, o setor de serviços é bastante diversificado, culturalmente tem bastante expressão”, afirma.



O produtor rural João Luiz Moraes com o filho Glauber Roberto Moraes, cooperado da Sicoob Cocred há 10 anos

Glauber conta que o pai era servidor público no Instituto Florestal e dividia o tempo entre o emprego e a fazenda. Com a aposentadoria, no início da década de 1990, toda a família se mudou para a propriedade em Santa Rosa. Em 1994, veio a aposta na cana-de-açúcar, cultura que eles mantêm até hoje. Em período de reforma dos canais, parte das terras é arrendada para plantações de amendoim e soja.

“Passamos pela crise da liberação de preços do IAA [Instituto do Açúcar e do Alcool], em 1998. Foi uma crise terrível, mas a gente segurou firme, temos muitos parceiros agrícolas, algumas áreas de terceiros e conseguimos adquirir mais propriedades. Desde pequeno acompanhava meu pai, gostava de animais, trator, caminhão, de agricultura. Estudei agronomia, superei as crises ao lado dele e estamos até hoje em Santa Rosa porque gostamos da cidade”, afirma.

ECONOMIA

Em 2015, após um século em funcionamento, a Usina Amália foi desativada. Só que os canaviais ainda cobrem quase dois terços dos 288,5 quilômetros quadrados de Santa Rosa. Laranja, café, mandioca, milho, soja, feijão e arroz se destacam entre as culturas menores. Mas, a produção agropecuária é responsável por apenas 4% do Produto Interno Bruto (PIB). É o setor de serviços, o comércio e a indústria que movem o município de 26,5 mil habitantes.

“A cidade é muito boa. Está atravessando uma fase difícil, mas isso está acontecendo em todo o país. Tivemos um problema sério depois do fechamento da usina e da fábrica de sabonetes. Santa Rosa era muito forte, tinha uma usina boa e que chegou a ter quase 3 mil funcionários. Hoje ainda tem uma fábrica de papel, de celulose. Sempre foi um polo industrial na região”, diz o comerciante Antônio Hélio Balbão.



Antônio Hélio Balbão, comerciante e cooperado da Sicoob Cocred

Proprietário da loja A Ruralista, uma das mais antigas da cidade, que comercializa produtos veterinários e oferece serviços de *pet shop*, Antônio conta que adquiriu o comércio em 1993, depois que o antigo dono resolveu “passar o ponto”. Ele trabalhava como eletricista na usina e foi a mulher, Maria da Penha, quem assumiu os negócios por 15 anos. Atualmente, Antônio e a filha estão à frente do estabelecimento e contam com a ajuda de cinco funcionários.



Sou nascido em Santa Rosa, sou filho de Santa Rosa, gosto da cidade e não troco por nenhuma outra. Não posso me queixar de nada, graças a Deus. Mesmo agora, com a pandemia, minha loja está funcionando normalmente. É lógico que estamos tomando todos os cuidados, mas estamos trabalhando e temos saúde. Isso é o que importa.

Antônio Hélio Balbão, comerciante



CURIOSIDADE

Santa Rosa também preserva um sítio paleontológico considerado Patrimônio Mundial da Humanidade, título concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Nessa área, localizada dentro da PH7 Mineração de Calcário, foram descobertas estruturas formadas há 250 milhões de anos: os estromatólitos gigantes, rochas fósseis compostas por micro-organismos que viveram em ambientes aquáticos. Isso mesmo! Há milhões de anos, em Santa Rosa tudo era mar.



Estromatólito gigante, rocha fóssil encontrada na PH7 Mineradora

“Só existem estruturas como essas na Namíbia. Só que, na África, são pequenas. As nossas chegam a três metros de altura. Recebemos até estrangeiros que estudam essa formação rochosa. Os estromatólitos são importantes para entendermos a formação da Terra”, explica Bernardino Pedro, diretor superintendente da PH7.

Marcelo
Camargo Pedro,
diretor da PH7
Mineradora



Seu Dino, como é carinhosamente conhecido, administra a mineradora desde 1983, depois da morte do pai, Abílio Pedro, um dos pioneiros na extração de calcário no estado. Nascido em Syr, na região de Dania, no Líbano, Abílio chegou ao Brasil com 18 anos de idade, depois que a indústria de tingir tecidos da família foi à falência durante a 1ª Guerra Mundial. Até se estabelecer como empresário extrativista, o libanês fez de tudo em terras brasileiras.

“Meu pai trabalhou como empregado de armazém, foi um dos primeiros a criar uma linha de ônibus intermunicipal em São Paulo, foi dono do primeiro posto de gasolina às margens da Rodovia Anhanguera. Quando chegamos a Santa Rosa, o movimento da Fazenda Amália era um dos maiores do estado, talvez do Brasil. Santa Rosa sempre se destacou entre as cidades menores pela disposição para os negócios”, afirma o empresário.



Bernardino Pedro, diretor superintendente da PH7
Mineradora, cooperada da Sicoob Cocred há 3 anos

Atualmente, o grupo PH7 conta com 50 funcionários e atua não só na mineração, mas também em agropecuária e aterros sanitários para resíduos sólidos domésticos e da construção civil. Apesar de ter o apoio do filho, o engenheiro agrônomo Marcelo do Amaral Camargo Pedro, um dos diretores da empresa, Seu Dino segue à frente dos negócios e afirma que tanto a mineração, quanto a agricultura, ainda são atividades promissoras na cidade.

“A principal função do calcário é corrigir a acidez do solo e fornecer dois importantes nutrientes: cálcio e magnésio. Na época em que começamos era novidade, quase ninguém usava. Foi um trabalho árduo convencer os agricultores que seria bom para o solo e até hoje é um produto que não foi substituído por nenhum outro. Estamos localizados em uma das melhores áreas do estado, tanto agrícola, quanto industrial. O futuro de São Paulo está nessa região”, diz.

SANTA ITALIANA

Eram meados de 1850, quando o casal de fazendeiros Francisco e Francisca Feliciano promovia terços em louvor à Nossa Senhora com a participação de moradores vizinhos, na região noroeste do estado de São Paulo. Não demorou para erguerem uma capela e, logo depois, adquiriram uma imagem que diziam ser da Virgem Maria.

Mas, no ato da bênção, o vigário surpreendeu a todos com uma revelação: a imagem era, na verdade, de Santa Rosa de Viterbo, uma menina italiana que nasceu no século 13, se tornou missionária e morreu aos 17 anos, após realizar diversos milagres. Em 1853, Rosa foi santificada. E a Santa Rosa, de Viterbo, foi acolhida como padroeira do povoado brasileiro.

Em 1896, a população que vivia ao redor da capela começou a crescer e o local foi elevado a “Distrito de Paz”. Dez anos depois, tornou-se vila. Em 1909, foi criada a Paróquia de Santa Rosa de Viterbo, que no ano seguinte se desmembrou de São Simão, tornando-se município. Só em 1956, depois de muitos conflitos em relação ao nome oficial, foi instalada a comarca.

Em 1983, Santa Rosa de Viterbo assinou um pacto de cidade-irmã, um acordo de cooperação cultural e técnica, com Viterbo, terra natal de Santa Rosa, na Itália. O tratado, em italiano chamado de *gemellaggio*, ou gemação, tem como objetivo estreitar as relações de amizade, as oportunidades de negócios e políticas públicas, em cooperação mútua entre os municípios.



Imagem da Santa Rosa de Viterbo



COOPERATIVISMO

Há quase 11 anos, a Sicoob Cocred participa da história de Santa Rosa de Viterbo e contribui com o desenvolvimento econômico local, oferecendo aos moradores as melhores soluções financeiras com todos os benefícios do cooperativismo de crédito, incluindo atendimento personalizado, melhores prazos, taxas e condições competitivas.

O posto de atendimento da cooperativa está localizado na Rua Doutor Mário Carneiro da Cunha, n.º 126, no Jardim Gurilândia, bem próximo da antiga estação ferroviária, e atende 1.131 cooperados, entre pessoas físicas, produtores rurais, empreendedores, indústrias e comércios consolidados em toda a região.

A agência conta com caixa eletrônico, caixas para atendimento presencial e oferece todos os produtos e serviços da cooperativa: linhas de crédito e de investimento (RDC e LCA), consórcios, cartões de crédito, seguro de vida individual e empresarial, poupança, conta corrente, além das facilidades da maquininha Sipag, como a antecipação de recebíveis.

Em 2020, Santa Rosa de Viterbo completou 110 anos de fundação e a Sicoob Cocred se orgulha de participar desse marco histórico, atuando na construção de um futuro ainda mais promissor para o município, ao lado dos cooperados e da comunidade.

ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS: TODAS AS SUAS VANTAGENS À VISTA.

Não espere mais tempo para receber suas vendas a prazo e antecipe seus recebíveis direto na Sipag. A maquininha que é sucesso de vendas oferece as principais bandeiras do mercado e atendimento personalizado.

E mais:

- Menor taxa de antecipação do mercado, sem incidência de IOF;
- Otimização do fluxo de caixa do seu negócio;
- Pagamento no crédito e recebimento à vista;
- Maior participação nos resultados da cooperativa.

Para mais informações, fale com seu gerente.



Passa na Sipag. Passa na Cocred.

cocred.com.br
@ f in [sicoobcocred](https://www.cocred.com.br)



Ouvidoria - 0800 725 0996
Atendimento seg. a sex. - 8h às 20h
www.ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458.

 **SICOOB COCRED**

Vem crescer com a gente.



ENDIVIDAMENTO PÚBLICO: QUEM PAGA A CONTA DA COVID-19?

Economistas discutem planos para o pós-pandemia diante do déficit de quase 100% do PIB.

Superada a pandemia, seja lá quando isso ocorrer, o Brasil terá de enfrentar outro desafio: equilibrar as contas públicas. O país entrou fragilizado na crise e neste momento é como se estivéssemos caminhando sobre gelo fino, prestes a cairmos em água congelante, perdendo o controle da dívida pública. O aumento do déficit era esperado – e no mundo todo, por sinal. Mas, para um país que estava se reestruturando economicamente, o tombo é maior.

A queda do Produto Interno Bruto (PIB) deve ser superior a 5,6%, ante a projeção de alta de 2,5% feita pelo Banco Central no início deste ano. Isso significa que, após uma perda profunda, a economia não deve retornar de imediato ao nível projetado no pré-crise. Haverá, provavelmente, uma perda permanente de PIB, com reflexo sobre as receitas públicas e a dinâmica da dívida.

Em relação às contas públicas, o cenário é ainda pior, já que a Instituição Fiscal Independente (IFI) do Senado prevê déficit de R\$ 912 bilhões, gasto impulsionado pelas ações governamentais de combate à pandemia. O grande desafio é implementar programas de contenção de gastos e aumento de receita que permitam reduzir o déficit público e conter o avanço da dívida.

“O Brasil já era um país, entre os emergentes, que tinha uma dívida superior em relação aos demais. Isso deve continuar ou até piorar no pós-pandemia porque a gente deve ter um dos maiores rombos fiscais. O Brasil está

mal na foto. Isso implica uma fraqueza de atividade maior, que resulta em receitas governamentais menores e uma necessidade de mais governo atuando para minimamente compensar a dificuldade de resolver a pandemia”, explica o economista Fábio Klein.



Fábio Klein, economista e consultor sênior na Tendências Consultoria Integrada

Consultor sênior na Tendências Consultoria Integrada, Fábio destaca que o Brasil já enfrentava uma espécie de déficit crônico desde 2014. Antes da pandemia, a projeção do endividamento era de 75,8% do PIB. Com o socorro financeiro a cidadãos e empresas, estados e municípios, essa expectativa passou para 96%, podendo ultrapassar a barreira dos 100% até o final do ano devido aos anúncios de renovação do auxílio emergencial.

“Parte do que a gente estava fazendo em relação às medidas emergenciais de combate à pandemia talvez dure mais do que a gente imaginava e pressionará as finanças públicas mais ainda, o que dobra o problema. Uma parte desses gastos pandêmicos vai contaminar 2021 e até anos à frente. Os efeitos econômicos da pandemia talvez sejam mais duradouros”, afirma Fábio.

Em outras palavras, não basta voltar à normalidade. Um Estado engessado e administrado por grupos de pressão dificilmente conseguirá oferecer respostas eficazes aos estragos de longo prazo deixados pela pandemia nas contas públicas, no mercado de trabalho e nos setores produtivos.

Ainda de acordo com Fábio, apesar de a causa ser pontual, a dívida pública acaba sendo herdada no ano seguinte. Isso significa que, mesmo com uma recuperação em “V”, vamos enfrentá-la por mais algum tempo. Por isso, o economista defende a continuidade da agenda de privatizações e reformas, incluindo a discussão sobre a chamada PEC dos Fundos Públicos.

“Mesmo com a Reforma da Previdência e o teto dos gastos presentes, vai continuar um descasamento brutal entre gastos e receitas. A gente vinha diminuindo o déficit e, com isso, em um ambiente de juros baixos e inflação baixa, diminuindo o custo do serviço da dívida, que junto com o resultado primário permite com que a dívida comece a desacelerar. Isso estaria ocorrendo este ano e até em 2021. Agora, com a pandemia, tudo mudou. Tudo ficou invertido”, diz o economista.

A complexidade do sistema tributário, com tantas letras e siglas, é uma das questões a serem solucionadas pelo governo. Há, inclusive, inúmeras discussões sobre a tributação de grandes fortunas e, mais recentemente, a polêmica sobre o possível aumento da carga de impostos sobre o setor de serviços. Mas Fábio diz que é preciso ir mais a fundo nesses temas.

“Faz parte do pacote de consolidação fiscal tudo aquilo que ajude o governo a manter o teto dos gastos, diminuir o déficit primário e assim por diante. Quais são elas? A PEC Emergencial, o Pacto Federativo, que é quase a mesma coisa. A Reforma Adminis-

trativa, que tem essa característica de economicidade, mas nem tanto. Ainda assim, podemos colocá-la com menor peso na conta das reformas visando a consolidação fiscal”, diz.



Adriano Biava, especialista em finanças públicas e professor da FEA/USP

CONSTITUINTE

Para Adriano Biava, especialista em finanças públicas e professor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), a agenda de reformas por si só não é suficiente para resolver a questão do déficit público, apesar de considerar urgente a revisão da carga tributária. Adriano defende o aumento seletivo e ordenado de impostos a quem pode pagar mais, destacando que a conta não pode recair sobre os mais pobres.

O professor destaca que a desigualdade social tende a aumentar no período pós-pandemia e a população mais vulnerável não tem como arcar com essa conta, e vai além, sugerindo a necessidade de se repensar o pacto social, não descartando até a convocação de uma nova Assembleia Nacional Constituinte.

“Precisamos discutir como fazer as classes de alta renda, de alto patrimônio, colaborarem mais com o orçamento público. Tivemos uma Constituinte que avançou bastante no seu texto, mas depois foi sendo desconstruída. Agora, se fala até em destruição. O país tem que fazer uma nova Constituição, retomando a de 1988. Na prática, esses políticos que estão aí não demonstram estar dispostos, então depende da população se mobilizar”, conclui.

CLASSIFICADOS COCRED

Oportunidades perfeitas para o seu melhor negócio.

Acesse: sicoobcocred.com.br/classificados e conheça os bens disponíveis em nossa Seção de Classificados



IMÓVEIS RURAIS

Imóvel Rural, com área de 166,6666 hectares, matrícula nº 2.225, registrado na comarca de **Nova Monte Verde/MT.**

Imóvel Rural, com área de 166,6667 hectares, matrícula nº 2.224, registrado na comarca de **Nova Monte Verde/MT.**

Imóvel Rural, com área de 166,6667 hectares, matrícula nº 2.987, registrado na comarca de **Nova Monte Verde/MT.**



IMÓVEIS URBANOS

Imóvel Urbano, sendo um sobrado na frente e um barracão no fundo. Área do terreno: 202,12 m², área construída: 312,53 m², matrícula nº 4.012, localizado no município de **Santa Rosa de Viterbo/SP.**

Imóvel Urbano Comercial no 23º Andar do Edifício New Office, com área total de 133,9583 m², sendo 57,64 m² de área privativa e 76,3183 m², matrícula nº 159.286, localizado em **Ribeirão Preto/SP.**

Imóvel Urbano Comercial, sendo 2 barracões com total de 6.045,55 m², matrículas nº 048, 049, 113 a 133, localizado na Avenida Maria Lídia Neves Spínola, nº 781 e 1.095, no município de **Ponta/SP.**

Um apartamento com 66,280 m², situado no 2º pavimento, bloco B-18, nº 565, matrícula nº 30.229, Conjunto Residencial Primavera, avenida Paris, nº 707, no município de **Ribeirão Preto/SP.**

Um apartamento com 66,280 m², situado no 2º pavimento, bloco B-11, nº 510, matrícula nº 31.380, Conjunto Residencial Primavera, avenida Paris, nº 707, no município de **Ribeirão Preto/SP.**

Imóvel Residencial e comercial sob as matrículas nº 10.047, 10.947, 10.709, localizado na rua Luiz Carlos Tocalino nº 470, 460, 450, bairro Residencial Nova Viradouro, no município de **Viradouro/SP.**

Imóvel Comercial, com área de terreno de 185,085 m² e área construída de 151,02 m², matrícula n° 5.951, localizado na Rua Carlos Gomes, n° 1.068, bairro Centro, no município de **Sertãozinho/SP**.

Barracão Industrial com área total de 38.915,74 m² e área construída de 14.085,81 m², matrícula n° 46.951, localizado na Marginal Antônio Aragão, n° 411, Distrito Industrial do município de **Sertãozinho/SP**.

Imóvel residencial urbano, com área construída de 438,10 m² e área total de 603,75 m², matrícula n° 32.717, casa n° 09 do setor 04 no Condomínio Residencial Pedra Verde, situado na Rua José Pedro da Silva Matos, n° 350, bairro Jardim Tropical, no município de **Marília/SP**.

Imóvel residencial urbano, com área construída de 471,62 m² e terreno de 623,86 m², matrícula n° 14.122, situado na Rua Alfredo Scaranello, 1.531, bairro Jardim 5 de Dezembro, no município de **Sertãozinho/SP**.



TERRENOS

Terreno Urbano, Lote 4, quadra 24, 1.430,15 m², matrícula n° 101.772, loteamento denominado Parque das Oliveiras I, no município de **Ribeirão Preto/SP**.

Terreno Urbano, Lote 5, quadra 24, 1.482,48 m², matrícula n° 101.773, loteamento denominado Parque das Oliveiras I, no município de **Ribeirão Preto/SP**.

Lotes de Terreno, Lote 6, quadra 24, 1.500,00 m², matrícula n° 101.774, loteamento denominado Parque das Oliveiras I, no município de **Ribeirão Preto/SP**.

Lotes de Terreno, Lote 7, quadra 24, 1.602,50 m², matrícula n° 101.775, loteamento denominado Parque das Oliveiras I, no município de **Ribeirão Preto/SP**.

Lotes de Terreno, Lote 9, quadra 24, 1.801,94 m², matrícula n° 101.777, loteamento denominado Parque das Oliveiras I, no município de **Ribeirão Preto/SP**.

Terreno Urbano com área de 909,69m², matrícula n° 38.458, localizado na Rua Frederico Ozanan, n° 540, bairro Centro, no município de **Sertãozinho/SP**.

Terreno Urbano com área de 609,24m², matrícula n° 64.114, localizado na Rua Frederico Ozanan, n° 530, bairro Centro, no município de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 08, da quadra "J" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Rubens Antônio Bighetti, contendo 764,26 m², matrícula n° 70.985, na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 09, da quadra "J" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Bartolomeu Sala, contendo 739,42m², matrícula n° 70.986, na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 10, da quadra "G" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Pedro Cancian, contendo 504 m², matrícula n° 70.973, na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 11, da quadra "G" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Pedro Cancian, contendo 504 m², matrícula n° 70.974, na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 04, da quadra "G" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Dois, contendo 504 m², matrícula n° 70.967, na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Lote n° 05, da quadra "G" do loteamento denominado Jardim Montecarlo, com frente para a Rua Dois, contendo 504 m², matrícula n° 70.968 na cidade de **Sertãozinho/SP**.

Lotes de Terreno, Gleba A3-1, localizado no Jardim Montecarlo com 24.002,79 m², matrícula n° 62.566, no município de **Sertãozinho/SP**.



DIVERSOS

Redutor de velocidade, redução de 1 x 4, capacidade de 500 CV, cor azul, marca Falk.



LIBERAR O APP SICOOB SEM IR À AGÊNCIA?



AGORA DÁ.

Escaneie o QR Code ou acesse sicoob.com.br/appsicoob para saber mais.



Baixe agora



Neste momento, ficar em casa é a opção mais segura. Por isso, agora você pode liberar as funcionalidades do App Sicoob de forma 100% online.

De um jeito simples e seguro, você cadastra seus dispositivos móveis e senhas para consultar extratos, realizar pagamentos, transferências e muito mais.

SICOOB COCRED
Vem crescer com a gente.

Central de Atendimento | Atendimento 24h. | 4000 1111 - Capitais e regiões metropolitanas | 0800 642 0000 - Demais localidades | **Ouvidoria** | 0800 725 0996 - Atendimento de seg. a sex. de 8h às 20h. | **Deficientes auditivos ou de fala** | 0800 940 0458 - Atendimento de seg. a sex. das 8h às 20h.