

15° CBC

Congresso
Brasileiro do
Cooperativismo

Projetando um futuro + coop

DOCUMENTO-BASE



somoscoop»



Sistema**OCB**

CNCOOP | OCB | SESCOOP

15° CBC

Congresso
Brasileiro do
Cooperativismo

Projetando um futuro + coop

DOCUMENTO-BASE

CULTURA COOPERATIVISTA



somoscoop»

 Sistema**OCB**
CNCOP | OCB | SESCOOP

1. Panorama

Qual é a importância da cultura organizacional na definição da identidade e dos valores de uma organização? Como ela afeta a experiência do cooperado e do colaborador? Qual é a relação entre a cultura organizacional e a capacidade de inovação e adaptação de um negócio? Em que medida ela contribui para gerar vantagem competitiva para uma cooperativa?

A cultura organizacional é um dos pilares fundamentais que delimitam o ambiente e o funcionamento de uma organização. Ela é composta por valores, crenças, normas, rituais e símbolos que definem a identidade e a maneira como os integrantes de uma organização interagem entre si e com o ambiente externo. Refere-se a um sistema de valores (compartilhados pelos membros) de uma organização, que se difere de uma para outra¹. Tal sistema é, em última análise, um conjunto de características essenciais que a organização valoriza. A cultura organizacional reúne hábitos, costumes e comportamentos dos colaboradores de uma organização; por isso, impacta diretamente em sua produtividade².

De forma geral, está intrinsecamente ligada à trajetória e à herança da organização; é desafiadora de compreender e explicar, mas requer interpretação; é, por sua essência, um fenômeno coletivo, partilhado e baseado em ideias, que devem ser ensinadas aos novos membros como a maneira apropriada de perceber, pensar, sentir e agir; abarca valores, convicções, conhecimentos e outros elementos mais profundos; é holística e subjetiva, em oposição a ser estritamente racional e determinística.

Embora tenha sido debatido com mais intensidade pelos teóricos dos estudos organizacionais desde os anos 1960 e tenha ganhado grande impulso a partir dos anos 1980, o conceito de cultura permanece altamente relevante diante das várias ameaças e oportunidades que as organizações enfrentam — e continuarão a enfrentar. Isso se torna ainda mais evidente quando exploramos tópicos como transformação digital, inovação, melhores práticas de trabalho, recrutamento e retenção de talentos, nos quais o comportamento humano emerge como um diferencial competitivo cada vez mais significativo.

A cultura organizacional pode ser um ativo estratégico capaz de gerar vantagens competitivas duradouras³, e de ter efeitos no lucro, na rentabilidade e no valor das ações. Culturas fortes geram melhores resultados de negócio, segundo evidencia uma pesquisa da PWC⁴. De acordo com o levantamento feito com mais de 3.200 executivos, as organizações que reconhecem a cultura como um elemento distintivo e uma fonte de vantagem competitiva cultivam um senso de união

1 ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

2 FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE (FNQ). **Cultura organizacional**. São Paulo: FNQ, 2018.

3 FLAMHOLTZ, E. G.; RANDLE, Y. **Corporate culture, business models, competitive advantage, strategic assets and the bottom line: theoretical and measurement issues**. Journal of Human Resource Costing & Accounting, 2012.

4 PwC. **Global Culture Survey 2021: The link between culture and competitive Advantage**. Disponível em: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/upskilling/global-culture-survey-2020/pwc-global-culture-survey-2021.pdf>.

mais sólido, atendem de forma mais eficaz as demandas dos clientes, inovam com maior êxito e alcançam resultados comerciais superiores.

A seguir, exploraremos a importância da cultura organizacional, discutindo suas implicações nos resultados organizacionais, na satisfação dos colaboradores e na capacidade de adaptação às mudanças do mercado.

VANTAGENS DA CULTURA ORGANIZACIONAL FORTE

- » **Vantagens competitivas sustentáveis:** uma cultura organizacional forte pode contribuir para tornar os seus produtos e serviços valiosos, raros e difíceis de serem imitados, com potencial de ter um efeito positivo nos lucros⁵.
- » **Alinhamento de objetivos e comportamentos:** uma cultura organizacional sólida alinha os objetivos individuais dos colaboradores aos objetivos da organização, promovendo um ambiente de trabalho coeso e colaborativo.
- » **Retenção e engajamento de talentos:** evidências⁶ indicam que colaboradores que se identificam com a cultura da organização tendem a permanecer nela por mais tempo, aumentando a retenção de talentos e o engajamento com as atividades laborais.
- » **Resiliência organizacional:** uma cultura robusta fornece uma base estável para a organização enfrentar desafios e se adaptar a mudanças internas e externas, permitindo uma resposta ágil a crises e oportunidades de mercado. Levantamento da PWC revelou que 72% da gerência sênior relatam que a cultura organizacional ajuda a impulsionar iniciativas de mudança bem-sucedidas.
- » **Aumento da produtividade:** colaboradores que se sentem parte de uma cultura organizacional positiva tendem a ser mais produtivos, uma vez que se identificam com os valores e objetivos da organização.

EFEITOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA PERFORMANCE DAS ORGANIZAÇÕES

- » **Inovação e criatividade:** uma cultura que valoriza a inovação e a experimentação encoraja os colaboradores a buscarem novas soluções e a pensarem de forma criativa, impulsionando a competitividade e a diferenciação no mercado.
- » **Atendimento ao cliente:** organizações com uma cultura centrada no cliente tendem a oferecer um serviço mais personalizado e de qualidade superior, criando laços de fidelidade e contribuindo para o crescimento sustentável do negócio.
- » **Imagem:** a cultura organizacional reflete diretamente na imagem percebida pela comunidade, por clientes e parceiros, influenciando a reputação e o posicionamento da organização no mercado.

5 PARENTE, P. H. N. et al. Cultura organizacional e desempenho nas empresas estrangeiras listadas na NYSE. Revista de Contabilidade e Organizações. 2018.

6 PwC. **Global Workforce Hopes and Fears Survey 2023**. Disponível em: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/workforce/hopes-and-fears.html>.

ESTRATÉGIAS PARA FORTALECER A CULTURA ORGANIZACIONAL

- » **Comunicação transparente:** promover uma comunicação aberta e transparente, na qual os valores e objetivos da organização são amplamente compartilhados e discutidos, é essencial para construir e fortalecer a cultura organizacional.
- » **Liderança exemplar:** líderes que personificam os valores da organização e promovem uma cultura de respeito, confiança e colaboração têm papel crucial na disseminação e consolidação da cultura organizacional.
- » **Reconhecimento e recompensa:** reconhecer e recompensar os colaboradores que demonstram comportamentos alinhados com a cultura organizacional é fundamental para incentivar a adesão e o comprometimento com os valores organizacionais.
- » **Desenvolvimento e capacitação:** investir no desenvolvimento profissional e na capacitação dos colaboradores, fornecendo as ferramentas e os recursos necessários para que possam contribuir ativamente com a cultura e o sucesso do empreendimento.
- » **Incentivo à diversidade e inclusão:** organizações que valorizam a diversidade e a inclusão tendem a ser mais inovadoras e adaptáveis, aproveitando diferentes perspectivas e experiências para impulsionar o seu sucesso.

A cultura organizacional desempenha um papel central na determinação do sucesso e da sustentabilidade de um negócio. Ela serve para definir as fronteiras de uma organização, de forma a auxiliar em sua distinção e definição, influenciando da satisfação dos colaboradores até a *performance* e a imagem. Portanto, é essencial que as organizações compreendam a importância de cultivar e fortalecer uma cultura que promova valores positivos, alinhados aos seus objetivos estratégicos.

Ao adotar estratégias que valorizem a cultura organizacional, as cooperativas podem criar um ambiente de trabalho estimulante, atrair e reter talentos, promover a inovação e a excelência operacional, e estabelecer uma base sólida para o crescimento e a adaptação às mudanças do mercado.

2. Aplicação ao cooperativismo

Desde sua fundação, em Rochdale, as cooperativas são entendidas como uma associação autônoma de pessoas que se uniram voluntariamente para atender suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade conjunta e democraticamente gerido.

Os valores fundamentais do cooperativismo incluem: autoajuda; autorresponsabilidade; democracia; igualdade; equidade; e solidariedade. Os cooperados, em linha com os valores éticos de seus fundadores, abraçam a honestidade, a receptividade, a responsabilidade social e o respeito ao próximo⁷.

7 Aliança Cooperativista Internacional. **Identidade Cooperativa**. Disponível em: <https://aciamericas.coop/pt/nuestro-trabajo/identidad-cooperativa/>.

Por sua vez, as sociedades cooperativas em todo o mundo seguem os sete princípios cooperativos, que foram definidos e revisados ao longo de mais de 150 anos⁸. Os princípios cooperativistas são as diretrizes pelas quais as cooperativas colocam em prática seus valores, que são imutáveis. Os princípios são orientadores por meio dos quais a identidade e os valores cooperativos se refletem no funcionamento diário de uma cooperativa; todavia, demandam uma reavaliação constante para acompanhar as mudanças e os desafios econômicos, sociais, culturais, ambientais e políticos.

Ante o exposto, uma cooperativa, por sua definição intrínseca, incorpora uma dimensão social destinada a proteger o propósito cooperativo, os valores normativos e os princípios, enquanto atende as necessidades sociais a partir de meios econômicos. Alcançar um equilíbrio entre a missão social e econômica exige um compromisso com o modelo cooperativo fundado em valores, com a gestão proativa de um ambiente dinâmico e em contínua evolução.

Nesse contexto, as cooperativas enfrentam o desafio de se manterem e serem competitivas em um ambiente de rápidas transformações do mercado de trabalho, impulsionadas pelos avanços tecnológicos — particularmente, pelo amadurecimento da inteligência artificial, por perturbações econômicas e geopolíticas, bem como por crescentes pressões sociais e ambientais para a responsabilização de organizações por seus impactos. Essas mudanças refletem uma sociedade em constante evolução, na qual a globalização econômica avançou rapidamente, resultando em crises financeiras globais, ao mesmo tempo em que novas tecnologias emergiram para redefinir os cenários econômico e social.

Portanto, emergem alguns questionamentos a serem enfrentados pelo cooperativismo: em que medida ser cooperativa gera uma vantagem competitiva em relação aos concorrentes? Será que os ideários e princípios cooperativistas diferenciam as cooperativas de outras empresas no mercado? Os consumidores pagariam mais por um produto ou serviço por ele vir de uma cooperativa e ressoar os valores e princípios cooperativistas? Em que medida a cultura organizacional nas cooperativas está reforçando ou consolidando o ideário cooperativista? Será que a cultura cooperativista é devidamente praticada e consolidada, para gerar senso de pertencimento (de cooperados e colaboradores), fidelidade, engajamento e vantagens? Estariam os princípios cooperativistas atualizados e as cooperativas atuando fortemente para torná-los efetivos? Por fim, os números de cooperados vêm aumentando ao longo do tempo, mas... e os números de cooperativistas?

As reflexões são necessárias, pois as organizações cooperativas enfrentam o desafio de crescerem sem perderem sua essência e a participação dos cooperados nos processos de decisão. É o que a literatura cunhou de tese da degeneração, ao pontuar que as cooperativas “tenderão, inevitavelmente, a adotar o mesmo modelo organizacional das empresas tradicionais para sobreviver”⁹, quase não conseguindo se diferenciar. Isto porque, devido à necessidade de ampliar a eficiência em função do crescimento, as cooperativas demandam desenvolver novas estruturas, por conta da divisão do trabalho e de processos de gestão que dificultam uma gestão democrática e a diferenciação das empresas tradicionais.

Há, portanto, um desafio de sobreviver e alcançar plenamente suas missões sem um desenvolvimento equilibrado de seus valores e princípios. O sucesso do modelo cooperativista está intimamente ligado: à crescente participação dos associados nos processos de decisões e nos ne-

8 Segundo a ACI, as revisões dos princípios foram aprovadas em três ocasiões, precedidas por comissões e consultas especiais com os membros da Aliança, nos Congressos de: Paris, em 1937; Viena, em 1966; e Manchester, em 1995.

9 WEBERLING, S. I. **Cooperação Cooperativa: o Ser, o Fazer e o Devir**. Revista de Administração Contemporânea, 2020.

gócios da cooperativa; à compreensão dos valores essenciais da cultura cooperativista por seus cooperados e colaboradores que promovem a sinergia de esforços; e à habilidade de administrar esses valores de forma alinhada com as demandas e oportunidades de mercado.

Dito de outra forma, a chave para que as cooperativas operem de acordo com os valores e princípios cooperativistas reside em possuir um modelo de gestão que equilibre sua dupla natureza, abordando tanto os aspectos econômicos quanto os sociais — isto é, eles são indissociáveis.

No âmbito da gestão econômica, seu propósito é administrar os interesses e incentivos econômicos dos associados do empreendimento coletivo, além de lidar com questões estratégicas da administração, como finanças, produção, marketing e logística. Por outro lado, a gestão social concentra-se no relacionamento da cooperativa com os associados, visando promover sua participação em processos decisórios e capacitá-los para isso, além de garantir espaços nas instâncias participativas. Com a cooperação como pilar de suas práticas, uma gestão social eficiente permite à sociedade cooperativa cumprir seu imperativo democrático, o que a distingue de outras organizações econômicas.

Uma das estratégias para alcançar esse equilíbrio é o investimento por parte de cooperativas na educação cooperativista. A educação cooperativista é muito mais do que realizar cursos de cooperativismo ou dinâmicas e jogos que fomentem a cooperação entre os integrantes de um grupo.

A *educação cooperativista* não deve ser confundida com *educação para a cooperação*, que é o processo de ensino-aprendizagem pautado no valor e nas práticas da cooperação, com a valorização da convivência democrática e solidária, a participação e o compartilhamento de saberes e experiências.

A *educação para cooperação*, como o próprio nome diz, trabalha a perspectiva de educar para cooperar. São exemplos práticos os jogos cooperativos, os programas de fortalecimento da cooperação em programas educacionais nas escolas (p.ex.: Cooperjovem), a difusão da ideia de cooperação como valor humano (p.ex.: Dia de Cooperar).

Por sua vez, a **educação cooperativista** “é um processo contínuo de desenvolvimento humano cujo objetivo é capacitar os associados, conselheiros/dirigentes, e seus familiares e colaboradores, para que possam interagir ativamente na gestão econômica e social da cooperativa, fortalecendo os princípios cooperativistas”¹⁰.

O conceito de *educação cooperativista* abrange a ideia de capacitação para a atividade cooperativista, por meio de programas de educação, de formação profissional e melhorias das técnicas gerenciais. Sua principal contribuição para o desenvolvimento da cooperativa é a educação para a gestão. Significa dizer que devem ser utilizadas ferramentas que possibilitem aos cooperados compreender os aspectos gerenciais, ter plena ciência de que a qualidade técnica dos produtos e serviços ofertados pelos associados deve ser a melhor possível, que deve haver redução de ruídos na comunicação estabelecida entre cooperativa e cooperado, e que os cooperados realmente têm de participar das decisões que são tomadas pela direção da cooperativa.

A *educação cooperativista* é de fundamental importância para a perenidade das cooperativas, pois, “além de capacitar as pessoas a adquirirem um melhor conhecimento sobre o que é e exige a cooperação, sobre o que é a identidade específica das organizações cooperativas, visa, igual-

10 SESCOOP. **Núcleos e Comitês: como organizar e fortalecer o quadro social**, 2021.

mente, atrair novos associados, reforçar e qualificar a participação dos cooperados, reciclar os funcionários para que eles possam ter um bom relacionamento com os coproprietários do empreendimento e, também, para conhecer melhor a organização na qual trabalham”¹¹.

Portanto, os públicos-alvo das atividades de educação cooperativista são os cooperados e seus familiares, os dirigentes/conselheiros e os colaboradores. É importante não confundir o público e as ações da *educação para cooperação* com os da *educação cooperativista*, pois são propósitos diferentes.

Enquanto estratégias de ações de educação cooperativista, as cooperativas podem implementar núcleos cooperativos por meio do trabalho de Organização do Quadro Social (OQS). Trata-se de uma estratégia de comunicação que busca estabelecer um processo contínuo de educação, formação, informação e integração do quadro social, com a finalidade de melhorar a participação e consciência dos cooperados em relação ao empreendimento cooperativo, além de encurtar a distância existente entre cooperados e Diretoria.

A OQS implica na organização dos cooperados em subgrupos, formados com base em critérios variados de organização espacial. Seu objetivo é proporcionar condições otimizadas para a participação dos cooperados nas decisões da cooperativa, promovendo maior fidelidade a ela — o que pode ser observado a partir do aumento e da qualidade da participação dos cooperados nas assembleias, no maior interesse pelo dia a dia da cooperativa, na utilização dos produtos e serviços por ela oferecidos, entre outros benefícios relacionados à fidelidade.

Outra possível estratégia de educação cooperativista é trabalhar um processo de integração para novos cooperados e colaboradores, para que eles possam conhecer e embarcar na cultura cooperativista, se engajar e sentir-se parte da cooperativa e do movimento. Um processo bem realizado pode, por exemplo, aumentar a retenção dos cooperados e colaboradores, e fortalecer a cultura da entidade. O Sistema OCB, por exemplo, oferece o programa DNA Cooperativo como uma solução para trabalhar os conceitos e valores do cooperativismo com cooperados e colaboradores.

Se alguns cooperados/colaboradores não estiverem de acordo com a cultura cooperativista, eles podem ter um comportamento destoante dos valores e princípios do cooperativismo, e transmitir uma imagem equivocada para outros cooperados/colaboradores, clientes e *stakeholders*, causando um impacto negativo para os negócios, principalmente na imagem da cooperativa.

Adicionalmente, a ausência de canais efetivos de comunicação entre cooperativas, lideranças, associados e colaboradores pode trazer ruídos, conflitos, desmotivação, e perda de cooperados e colaboradores. Portanto, aprimorar a comunicação de forma transparente, objetiva e clara é de suma importância para manter todos os seus diversos públicos bem-informados.

Esses públicos abrangem todos os indivíduos ou grupos — especialmente, colaboradores e cooperados, que têm o potencial de influenciar a organização ou serem impactados por ela, por meio de suas ações, decisões, políticas, práticas ou seus resultados. Um dos desafios da comunicação nas sociedades cooperativas reside em conciliar a informação e a educação dos membros envol-

11 SCHNEIDER, J. O. *Pressupostos da educação cooperativa: a visão de sistematizadores da doutrina do cooperativismo*. In: SCHNEIDER, J. O. **Educação cooperativa e suas práticas**. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2003.

vidos no processo comunicativo, capacitando-os para a ação cooperativa, e difundindo os princípios e valores do cooperativismo, tanto interna quanto externamente.

Por fim, destacar o cooperativismo como um modelo de negócios com propósito, capaz de operar em diversos setores da economia e com as pessoas no centro de sua atividade, é fundamental para distinguir o modelo cooperativo de outras organizações tradicionais e para atrair mais adeptos para o setor. Nas cooperativas, a riqueza é gerada para todos os membros, contribuindo para mitigar a concentração de renda e reduzir as desigualdades.

3. Principais desafios a serem enfrentados pelo cooperativismo

COMPREENSÃO LIMITADA PELA SOCIEDADE SOBRE O COOPERATIVISMO E SEUS DIFERENCIAIS:

É notório que a sociedade está mais consciente dos benefícios do cooperativismo. Todavia, uma parcela significativa dela ainda não está familiarizada com o cooperativismo, seus princípios, valores e suas vantagens, mesmo com os esforços de comunicação das cooperativas e do Sistema OCB para promover o cooperativismo e aumentar o entendimento sobre sua causa. Essa constatação foi destacada pela *Pesquisa Nacional do Cooperativismo*¹², revelando que 38% dos entrevistados identificaram a falta de cultura cooperativista como a principal barreira para o avanço do movimento cooperativista no Brasil.

CONSCIÊNCIA RESTRITA DOS COOPERADOS E COLABORADORES SOBRE OS PRINCÍPIOS E VALORES COOPERATIVISTAS:

Um dos desafios que as cooperativas precisam enfrentar é o limitado conhecimento dos colaboradores e cooperados sobre a essência do cooperativismo. Para construir e fortalecer o futuro do movimento cooperativista, 65% dos participantes da *Pesquisa Nacional do Cooperativismo* apontaram a necessidade de reforçar a cultura da cooperação, solidariedade e trabalho em equipe entre os cooperados e cooperativistas.

ENGAJAMENTO DOS COOPERADOS NOS PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO E NAS INSTÂNCIAS DE PARTICIPAÇÃO DA COOPERATIVA:

Uma questão significativa enfrentada pela maioria das cooperativas diz respeito à baixa participação dos cooperados em eventos como Assembleias Gerais e outras instâncias, e fóruns de decisão e participação da cooperativa. Diversos motivos contribuem para essa falta de envolvimento, sendo o principal, o desinteresse dos cooperados — que muitas vezes é reflexo de uma série de outros problemas, como: a falta de compreensão sobre a importância da sua participação na cooperativa, a crescente burocratização das assembleias e a presença de informações técnicas que nem sempre são acessíveis aos cooperados, além da falta de confiança nas instâncias participativas da cooperativa e de problemas de transparência das decisões. Essa situação é comum em cooperativas, apesar de seus esforços para manter suas práticas alinhadas aos princípios cooperativistas e de estratégias como as pré-assembleias e assembleias virtuais. A ausência ou

12 Sistema OCB. *Pesquisa Nacional do Cooperativismo*. 2024.

ações fragmentadas de educação cooperativista também contribui para que o cooperado não se engaje e participe da vida da cooperativa.

FALTA DE DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS CONSISTENTES PARA A EDUCAÇÃO COOPERATIVISTA, OU APENAS A IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES ISOLADAS:

A realização de ações de educação cooperativista enfrenta diversos desafios, entre eles, a dispersão regional das cooperativas. Essa dispersão dificulta a implementação de ações uniformes de educação cooperativista, já que as necessidades e realidades de cada região podem variar significativamente. As cooperativas precisam adaptar suas estratégias de educação cooperativista para atender as especificidades de cada localidade, o que demanda mais flexibilidade e recursos. A falta de recursos financeiros e de quadro pessoal capacitado muitas vezes limita a capacidade das cooperativas de desenvolverem programas educacionais abrangentes e de qualidade. Outro obstáculo é a ausência de um planejamento e da priorização de ações dentro do planejamento estratégico das cooperativas. Sem uma visão clara e direcionada, as iniciativas de educação cooperativista podem se perder em meio a outras prioridades, comprometendo seu impacto e a eficácia. Dessa forma, superar esses desafios requer uma abordagem sistêmica, estratégica e colaborativa, buscando soluções criativas e adaptáveis às necessidades locais, e recursos disponíveis de cada cooperativa.



PERGUNTAS PARA DISCUSSÃO SOBRE CULTURA COOPERATIVISTA

Elencamos algumas questões relevantes e atuais para fomentar o debate entre os participantes do congresso e guiar a construção de uma estratégia sustentável para a cultura cooperativista no Brasil:

- 1.** Como disseminar e dar concretude aos princípios e valores cooperativistas, entre cooperados e empregados, com vistas a fortalecer a proposta de valor do movimento?
- 2.** Como o cooperativismo pode preservar sua identidade cooperativa e ser reconhecido pelo mercado como um movimento com propósito?
- 3.** Qual será o diferencial que nos destacará das empresas de capital, as quais estão cada vez mais adotando estratégias de ESG e responsabilidade social, obtendo maior aceitação social como organizações de propósito?

4. Como podemos promover o engajamento e a participação dos cooperados nos processos decisórios das cooperativas, considerando um contexto em que há uma diminuição do interesse da sociedade pela participação social?
5. Qual estratégia pode ser adotada para expandir a quantidade de cooperados e, simultaneamente, envolvê-los ativamente na cultura e nos princípios cooperativistas?



PROPOSTAS DE DIRETRIZES ESTRATÉGICAS EM CULTURA COOPERATIVISTA

1. Adotar uma **linguagem inclusiva e acessível** para alcançar todas as cooperativas e ramos do cooperativismo, visando integrar todos os setores da comunidade cooperativista.
2. **Atualizar a cultura cooperativista**, seus princípios e a abordagem para sensibilizar os membros, buscando modernizar e alinhar o movimento com as tendências futuras da sociedade.
3. Criar e divulgar uma **biblioteca virtual nacional do cooperativismo** com conteúdos atualizados.
4. Criar **indicadores** de acompanhamento das ações de cultura cooperativista.
5. Criar programas de assistência cooperativista ao **idoso cooperado**.
6. Criar um **jogo digital de promoção dos valores cooperativistas**, demonstrando os benefícios do cooperativismo para o público infante-juvenil.
7. Desenvolver e estimular aplicação de um programa nacional de **cooperativas mirins**.
8. Desenvolver e implementar estratégias de **experiência do cooperado**, visando otimizar a sua jornada e promover experiências positivas e satisfatórias ao longo de seu relacionamento com a cooperativa.
9. Desenvolver e implementar **programas e materiais didáticos**, para disseminar a cultura cooperativista de forma acessível e educativa, preferencialmente por cooperativas educacionais.

10. Desenvolver e promover **conteúdos educativos sobre a cultura cooperativista**, incluindo treinamentos, podcasts e entrevistas para educar a **sociedade** sobre o movimento cooperativista.
11. Desenvolver uma **diretriz nacional de educação cooperativista**.
12. Difundir o cooperativismo na **educação formal brasileira em todos os níveis** (do ensino básico ao técnico e superior), por meio de parcerias com escolas, universidades e órgãos educacionais.
13. **Disseminar a cultura cooperativista entre os cooperados e colaboradores**, promovendo a absorção dos princípios e valores do movimento de maneira a fortalecer continuamente a identidade cooperativista.
14. Estabelecer um pacto sistêmico para a **preservação da identidade cooperativista e sua essência**.
15. Fomentar o compartilhamento de **boas práticas** de promoção da cultura cooperativista entre as cooperativas e cooperados.
16. Implementar **programas de recompensas e benefícios para cooperados e colaboradores**, visando estimular o cumprimento das responsabilidades e promover o pertencimento à cooperativa.
17. Implementar **sistemas eficazes de comunicação interna nas cooperativas**, para garantir que os cooperados e colaboradores estejam bem-informados e conectados.
18. Instituir programas de incentivo à **participação dos filhos de cooperados**, buscando a sucessão.
19. Internalizar e consolidar a cultura, os princípios e o modelo cooperativista durante a **entrada de novos membros e colaboradores** na cooperativa, com processos padronizados e eficazes de integração, incluindo jornadas digitais e conteúdos específicos sobre cooperativismo.
20. Potencializar e divulgar **premiação** para reconhecer projetos com foco na cultura cooperativista, estimulando a troca de experiências entre cooperativas.
21. Promover a **educação continuada dos membros do movimento**, incluindo a ampliação dos cursos do CapacitaCoop e a criação de uma trilha presencial para trabalhar os princípios cooperativistas.
22. Promover a **formação das lideranças cooperativistas** para fortalecer o seu papel como promotoras e multiplicadoras da cultura cooperativista dentro de suas organizações e no movimento.
23. Promover a **melhoria da comunicação interna** (endomarketing) nas cooperativas, incluindo o desenvolvimento de uma política de comunicação construtiva, visando fortalecer a absorção da cultura cooperativista.

15° CBC

Congresso
Brasileiro do
Cooperativismo

Projetando um futuro + coop

somoscoop

 @somoscoop

somos.coop.br

 Sistema**OCB**
CNCOOP | OCB | SESCOOP

 @sistemaocb

somoscooperativismo.coop.br