

7

Tendências de inovação no Cooperativismo

Os principais insights do 14º Congresso Brasileiro do Cooperativismo para mostrar que nunca se falou tanto de Inovação no setor como agora

FOMOS ATROPELADOS PELA INOVAÇÃO. ESTÁ NA HORA DE LEVANTAR

Nunca se falou tanto em tecnologia nas cooperativas como agora. Se fizéssemos uma nuvem de tags do que foi debatido no 14^o Congresso Brasileiro do Cooperativismo, “plataforma” seria aquela palavra enorme que aparece no centro da nuvem.

Em certos momentos parecia até que os problemas do setor poderiam se resolver apenas com uma plataforma tecnológica. Mas sabemos que não é bem assim.

O problema é mais profundo e subjetivo: depende de uma mudança de mindset e de cultura.



Caso contrário, sempre estaremos correndo atrás do prejuízo. Quem garante que daqui alguns anos a solução será uma plataforma? O foco não deve ser o produto da inovação, mas seu processo. Precisamos aprender a inovar, e não aprender a fazer plataformas.

No Coonecta acreditamos que essa mudança de chave do cooperativismo pode levar a um novo ciclo de crescimento e abundância.

E impressionante como em termos de valores, as cooperativas têm tudo para surfar a onda da inovação não como coadjuvantes, mas como protagonistas! Denny Mews, líder de negócios digitais da Coopercarga, fez uma síntese interessante desse sentimento em sua palestra no CBC:

“O que nós, cooperativas, somos por natureza? Somos colaboração, sustentabilidade, igualdade e compartilhamento. Porém, somos uma versão 1.0 do mundo que as pessoas querem hoje. Nós somos o que o mundo procura, faltam apenas pequenos ajustes”.

Os documentos-base do CBC, produzidos pela OCB para embasar as discussões do congresso, também pontuam esse casamento de valores:

“As cooperativas têm valores e princípios fortes, que estão em sintonia com várias práticas e filosofias contemporâneas como: capitalismo consciente, valor compartilhado, comércio justo, sustentabilidade, liderança colaborativa, empoderamento criativo e ecologia profunda. Elas têm a chance de estimular importantes discussões e assumir o protagonismo em diversos temas da comunicação, basta vontade e coragem de fazer diferente”.

O que falta, então, para o cooperativismo ser protagonista da inovação?

Se do ponto de vista dos valores mais profundos o cooperativismo está em

sintonia com o movimento atual de inovação, no mindset de gestão e modelo jurídico ele ainda precisa se atualizar. O movimento atual de inovação é pautado pela velocidade. No entanto, no caso das cooperativas, há um forte modelo de administração com diversos níveis hierárquicos e departamentos estanques, com pouca colaboração entre si.

Além disso, a burocracia do modelo societário do cooperativismo, somada às regras e procedimentos para constituição de uma nova cooperativa, afastam startups do modelo cooperativista.

Como resolver isso? Acreditamos que mais do que simplesmente seguir as tendências de inovação das empresas privadas e SAs,

o cooperativismo precisa criar seu próprio jeito de inovar. Precisamos, claro, aprender com essas empresas. Mas, depois de observar e aprender, é preciso criar nossa própria forma de executar.

E isso não se faz seguindo fórmulas prontas, mas mudando soft-skills, mindset, cultura e apostando na promoção da diversidade nas cooperativas.

Muitas cooperativas já iniciaram essa jornada e estão colhendo frutos importantes.

Se o cooperativismo passou pela sensação de ter sido atropelado pela inovação, nossa sensação é de que ele absorveu o impacto e está pronto para ser protagonista da mudança.

Este e-book é uma pequena contribuição do Coonecta para reverberar ações e ideias que podem ajudar nesta jornada de inovação do cooperativismo.

Selecionamos sete tendências claras de inovação nas cooperativas. Nosso critério foi escolher ações que já estão em curso, e não fazer futurologia.

Esperamos que ele ajude as cooperativas a entrar de vez nesta jornada de inovação - uma jornada que, se bem sucedida, pode ajudar a distribuir seus frutos de forma mais justa social e economicamente.

Boa leitura!

1

Mudança de mindset e de cultura

“Inovar e transformar são questões de necessidade, de sobrevivência. Não se trata apenas de tecnologia, mas sim de pessoas. Não é pensar só na criação de um aplicativo ou no open banking, é preciso pensar nas pessoas, porque é uma longa jornada e não um projeto”

Dagoberto Trento, gerente de estratégia da
Sicredi Confederação

1 Mudança de mindset e de cultura

A necessidade de mudança de mindset e de cultura foi discutida em diversos momentos no 14^o Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC). A transformação digital impôs uma nova forma de pensar e administrar empresas e isso precisa chegar ao cooperativismo brasileiro.

Eric Ries, no livro “O Estilo Startup”, afirma que a maioria das empresas passa por dificuldades para enfrentar essa nova realidade, de adotar uma cultura de startup.

”Uma startup pode ser definida de uma forma bem simples: é um processo de negócios enxuto que tem a capacidade de escalar. No processo

convencional de negócios, há uma curva linear entre custos, receitas e despesas. No modelo escalável há um descolamento, depois de certa maturidade de mercado, com receitas muito superiores à despesas e custos”, explicou Fábio Câmara, CEO da FCamara Consulting, em sua palestra no CBC.

Os problemas para atingir esse modelo escalável não decorrem da falta de ambição e capacidade, mas sim da falta de ferramentas para fazer uso adequado das tecnologias e inovações disponíveis.

Em outras palavras, significa que a

1 Mudança de mindset e de cultura

inovação começa na mudança de mentalidade das pessoas. Essa mudança envolve o desenvolvimento de soft-skills e a necessidade de desaprender hábitos e padrões ultrapassados.

Nas cooperativas, ainda encontramos um modelo estrutural de administração que privilegia a proliferação de níveis hierárquicos, com o consequente “encaixotamento” de papéis e o modelo de interação centralizado, que contribuem para provocar um distanciamento da organização com as mudanças que ocorrem no mundo.

Em geral, segundo o documento-base de Inovação do CBC, o papel criativo e estratégico é concentrado na mão de

poucos decisores no topo da pirâmide hierárquica, enquanto as camadas abaixo desempenham um papel de rotina.

O documento reforça (e nós do Coonecta acreditamos muito também) que inovação é, antes de tudo, uma questão de mindset, de como a mente está configurada e a forma como ela influencia está configurada e a forma como ela influencia diretamente o pensamento e o comportamento.

Somado a isso, a falta de diversidade nos quadros decisórios também contribui para uma baixa capacidade de inovar e dificulta a mudança de mindset, pois gera uma “homogeneização” do pensamento interno.

MINDSET DE INOVAÇÃO: CARACTERÍSTICAS DO “PENSAR DESIGN” E “PENSAR DIGITAL”

Mindset do design

- Ser aberto a mudanças
- Ser curioso, questionar as questões
- Ser confiante criativamente
- Saber aprender e reaprender constantemente
- Ser empático, saber se colocar no lugar do outro
- Ser colaborativo
- Ser experimentador
- Reconhecer o erro como parte do aprendizado
- Sempre criar valor
- Abraçar a diversidade
- Criar futuros desejáveis

Mindset digital

- Desafiar a lógica do pensamento linear e estar o tempo todo fora da zona de conforto
- Pensar “phygital”, não ver barreiras ou limites entre o mundo físico e o mundo digital
- Pensar rápido para reagir às mudanças
- Ter visão para enfrentar o desconhecido
- Sempre criar mudança
- Pensar em escala, pensar global
- Ter coragem, ser ousado
- Pensar pela lente da abundância – lógica do acesso, não da posse
- Ter paciência: saber que crescimento exponencial pode demorar
- Empoderar decisões, pensar em rede (distribuída, não centralizada)
- Saber fluir, ter familiaridade com a tecnologia

2

Design thinking

“O design thinking é, essencialmente, a capacidade do pensamento integrativo e tem muito a contribuir para o entendimento dos cenários atuais e propor soluções para novos desafios na comunicação e nos negócios.”

Documento-base do 14º Congresso Brasileiro do Cooperativismo

A base de todo processo de inovação bem-sucedido não é a tecnologia, são as pessoas. E para que as pessoas inovem, é preciso uma mudança do mindset atual, linear e hierarquizado.

Essa urgência pela mudança de mindset foi tema comum de diversos debates e palestras no CBC e talvez seja o maior desafio para a inovação, pois envolve uma mudança difícil de ser mensurada. Mas já existem ferramentas para isso, como o design thinking, que propõe uma nova abordagem para inovação de produtos e serviços.

E curioso notar que o design thinking, tão usado por grandes corporações como base para inovação em produtos e serviços, tem tudo a ver com o cooperativismo, mas ainda é pouco conhecido por ele. Dois dos seus valores fundamentais, empatia e colaboração, se aproximam muito dos valores humanos das cooperativas.

Ele também pode ajudar as cooperativas a exercitar algo que ainda não lhes é comum: a experimentação. Para inovar, é preciso testar e errar. E o design thinking tem uma abordagem própria para essa questão.

“Antes de adotar ferramentas e processos para criar coisas novas, é necessário possuir uma visão de mundo que favoreça a inovação. Esse é, na verdade, um dos grandes desafios da inovação”, aponta o documento-base do CBC.

Saiba mais

[Inovação em cooperativas: como inovar com foco no cooperado](#)

[Cooperar e experimentar: como isso muda o jogo para qualquer cooperativa que pretende inovar](#)

3

**"Plataformização"
das confederações**

“Nossa visão é ter uma plataforma de negócios digitais onde oferecemos nossos produtos através de parceiros, que podem ser cooperativas, empresas de tecnologia, fintechs e até mesmo outros bancos, e futuramente dispositivos de IOT (Internet das Coisas).”

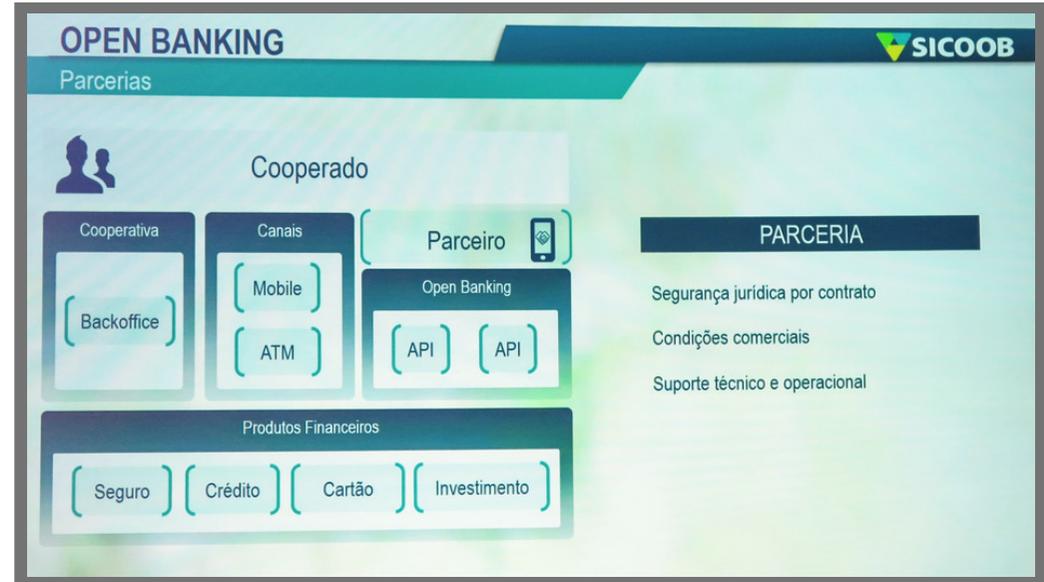
André Rocha, arquiteto Líder no Sicoob Confederação

3 "Plataformização" das confederações

As grandes cooperativas, especialmente as confederações, estão se movimentando para se tornarem plataformas digitais facilitadoras e intermediadoras de negócios, tanto entre cooperativas, como entre associados e outras empresas.

O porte e a capacidade de investimento das confederações permitem esse próximo passo, especialmente no caso das cooperativas de crédito, que contam com bastante tecnologia embarcada em comparação a outros ramos do cooperativismo.

Somado a isso, o setor de crédito passa por um movimento forte chamado Open



Banking, que consiste na abertura das plataformas bancárias para que parceiros “pluguem” suas soluções às dos bancos, oferecendo novos produtos e serviços. Ou seja, essas plataformas, além de entregarem serviços e produtos digitais próprios, tendem a ser abertas a empresas parceiras.

3 "Plataformização" das confederações

O Sicoob Confederação, por exemplo, já fez a abertura de APIs (Interface de Programação de Aplicativos) para parceiros. “Nossa visão é ter uma plataforma de negócios digitais onde oferecemos nossos produtos através de parceiros, que podem ser cooperativas, empresas de tecnologia, fintechs e até mesmo outros bancos, e futuramente dispositivos de IOT (Internet das Coisas)”, explicou André Rocha, arquiteto Líder no Sicoob Confederação.

Por meio dessa abertura de APIs, desenvolvedores cadastrados no programa podem acessar alguns dados e recursos da plataforma do Sicoob e, a partir deles, desenvolver novas soluções e serviços.

Atualmente, o Sicoob permite acesso a informações detalhadas de: saldo e extrato de conta corrente poupança e renda fixa, além de serviços de autenticação e autorização. Até o final do ano o Sicoob deve abrir novas funcionalidades a desenvolvedores parceiros. (Veja no gráfico a seguir um resumo da visão do Sicoob de sua plataforma de negócios digitais).

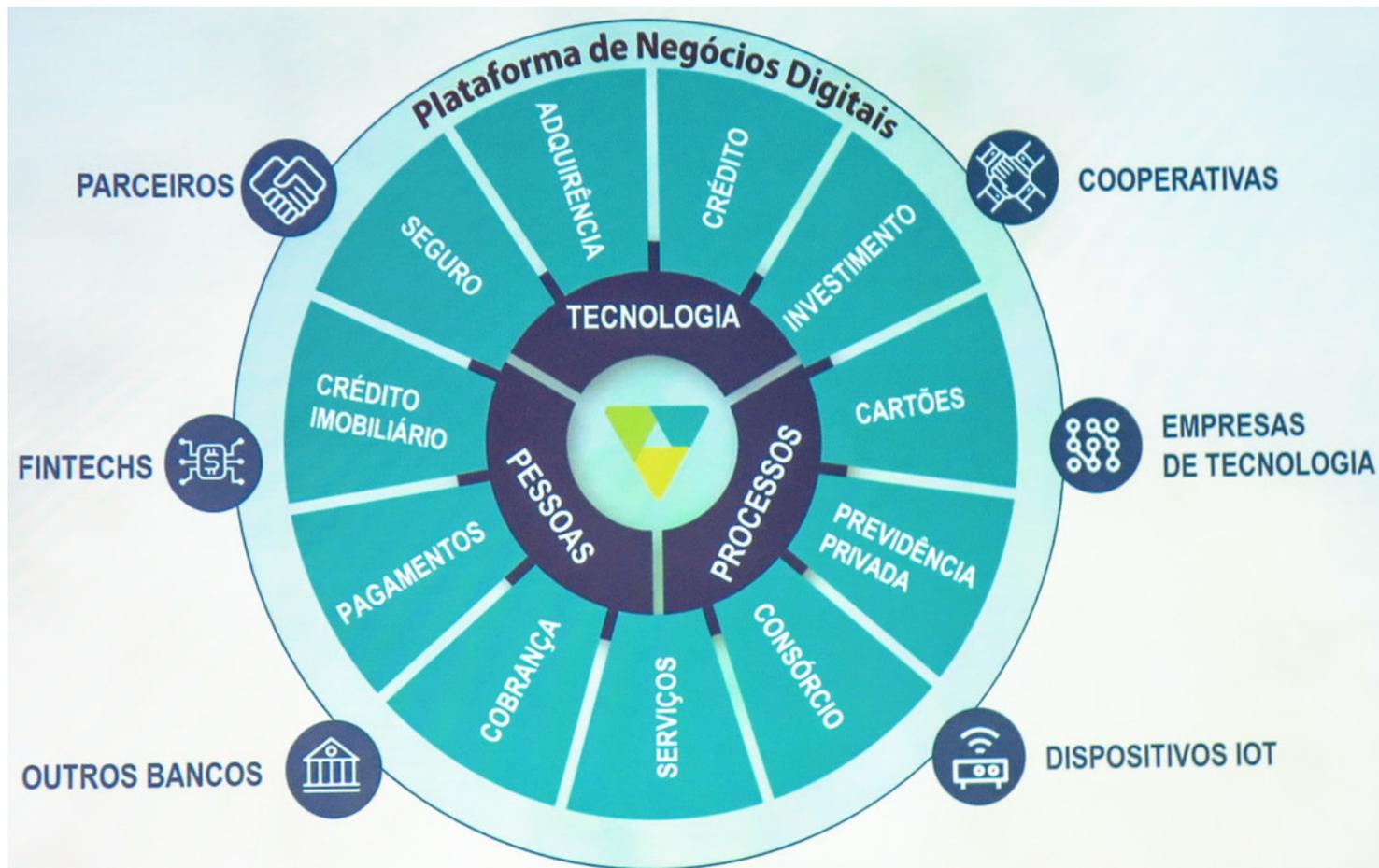
O Sicredi, em sua apresentação no CBC, também mostrou sua nova arquitetura tecnológica incluindo a abertura de APIs para parceiros (veja imagem).

Saiba mais

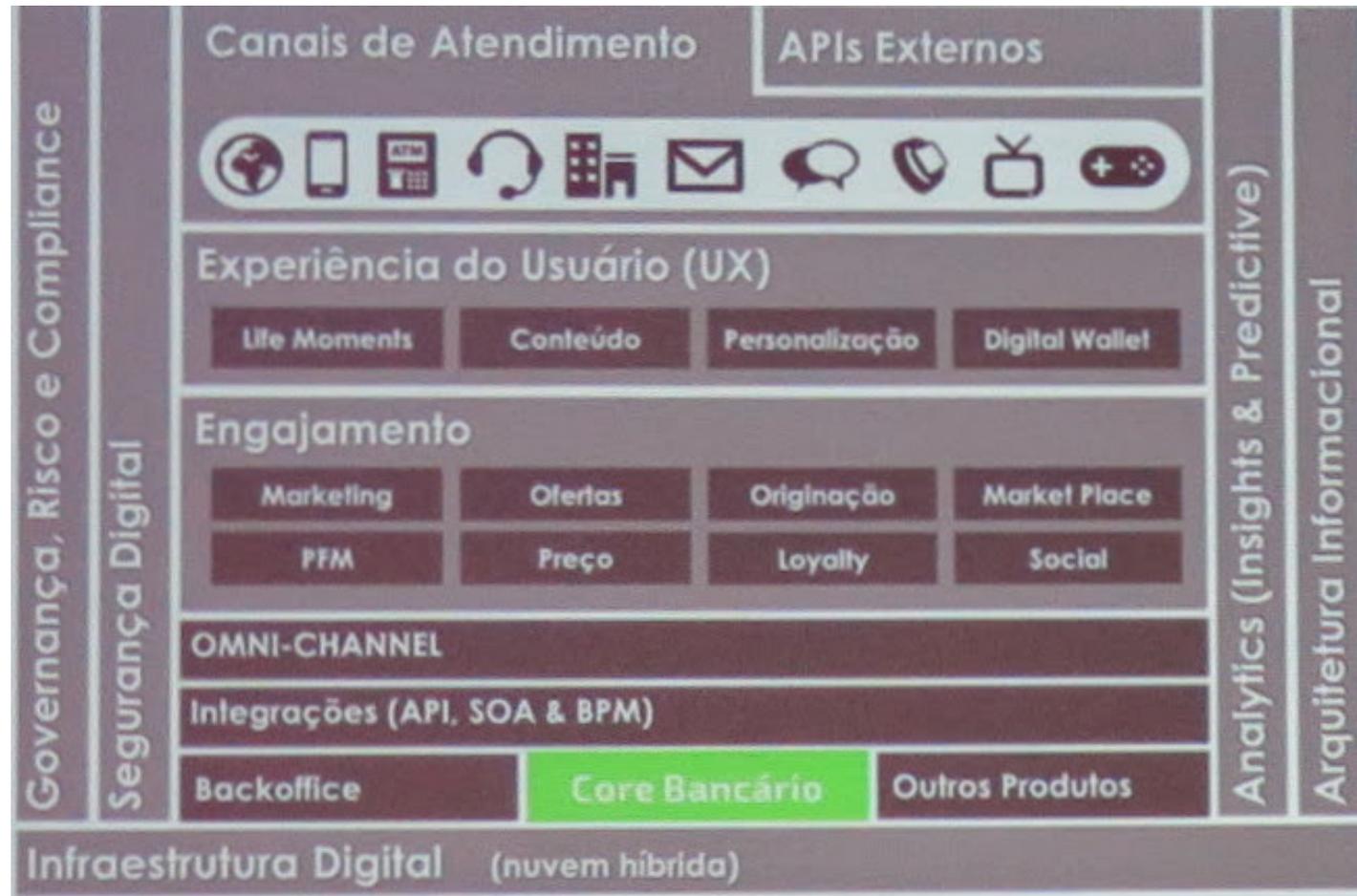
[Site do Sicoob com informações sobre abertura de APIs](#)

[Relatório da consultoria Accenture sobre open banking](#)

Plataforma de negócios digitais do Sicoob



Nova arquitetura tecnológica do Sicredi



4

Cooperativismo de plataforma

“As primeiras cooperativas lá em 1844 foram uma resposta à Revolução Industrial. Hoje, vivemos uma encruzilhada similar: a transformação digital está mudando nossas vidas, nosso futuro. As cooperativas precisam mostrar que há uma nova forma de construir essa economia digital. Devemos mostrar que é possível construir economia digital com raízes a serviço das pessoas. Precisamos construir plataformas cooperativas. O mundo da economia digital é um mundo que também disputa com a economia tradicional.”

Ariel Guarco, presidente da Aliança Cooperativa Internacional (ACI)

4 Cooperativismo de plataforma

Nós acreditamos que o movimento de “plataformização” das cooperativas de trabalho ganhará cada vez mais destaque no mundo todo. Já abordamos o assunto no Blog do Coonecta e vimos, durante o 14^o Congresso Brasileiro do Cooperativismo (CBC), que o tema está presente - e muito forte - na agenda do setor.

Logo na abertura do evento, Ariel Guarco, Presidente da Aliança Cooperativa Internacional (ACI), trouxe um alerta importante: “as cooperativas precisam mostrar que há uma nova forma de construir essa economia digital. Devemos mostrar que é possível construir economia digital com raízes, a serviço das pessoas. Precisamos construir plataformas cooperativas”.



Em resumo, Cooperativismo de Plataforma é um modelo mais democrático e aberto para os serviços tidos como “bicos”, baseado na copropriedade e na gestão compartilhada. O termo foi cunhado pelos professores norte-americanos Trebor Scholz e Nathan Schneider, no livro Ours to Hack and to Own (Nossas para Hackear e para Possuir, em tradução livre), em 2014.

Trebor Scholz, que também esteve presente no CBC como palestrante, iniciou sua jornada no cooperativismo há 40 anos, numa cooperativa de alimentos junto com a vizinhança onde vive, em Nova Iorque. Atualmente, acompanha projetos espalhados no mundo todo, inclusive no Brasil. (A imagem acima, retirada da apresentação de Trebor Scholz no Brasil, mostra o tipo de suporte necessário para o surgimento das cooperativas de plataforma).

Em São Paulo, a equipe de Trebor trabalha com um grupo de catadores na elaboração de uma plataforma para coleta de resíduos. Ao todo, são assistidas 350 iniciativas internacionais espalhadas por 97 cidades de 26 países.

No documento-base do CBC, a OCB afirma que, no mundo, o fenômeno das cooperativas de plataforma está, de fato, se expandindo.

Várias cooperativas aplicam os princípios do cooperativismo a essas plataformas digitais. Alguns exemplos nos Estados Unidos são a Loconomics, a Stocksy, a Up&Go e a Savvy. Na Itália, a Cotabo. Na Austrália, a bHive e a Ylab.

Tratam-se de iniciativas em que os prestadores de serviço são proprietários das plataformas, tomam as decisões de maneira democrática através de mecanismos digitais e à distância, de forma muito diferente da experimentada nas cooperativas tradicionais.

4 Cooperativismo de plataforma

Assim, o cooperativismo de plataforma é um movimento que defende a criação de plataformas cooperativistas, onde os prestadores de serviço ou usuários também seriam os donos do negócio.

Saiba mais

Cooperativismo de Plataforma: a democratização dos serviços digitais

Cooperativa de plataforma já é uma realidade

A economia digital cooperativa

26

Países

Países-
líderes: EUA,
França,
Canadá,
Espanha,
Alemanha e
Países
Baixos

97

Cidades

Amsterdã,
Barcelona,
Denver,
Londres,
Nova York,
Melbourne,
Montreal,
Paris.

350

Iniciativas

Incluso não apenas
plataformas
cooperativas, mas
também outros
projetos dentro do
ecossistema que
impactam dezenas
de milhares de
trabalhadores

Fonte: Trebor Scholz. Palestra no CBC 14

5

Promoção da
diversidade

“É preciso pensar no futuro do cooperativismo considerando três fatores fundamentais: a igualdade de gêneros, os jovens e a educação. Se não temos possibilidade de empoderar nossas mulheres e nossos jovens para que construam o futuro hoje e não amanhã, não temos futuro nem como movimento nem como humanidade. Sem capacitação, sem jovens capacitados e sem mulheres realmente empoderadas não teremos futuro.”

Ariel Guarco, presidente da Aliança Cooperativa Internacional (ACI)

A promoção da diversidade, além de atender ao pilar social de atuação das cooperativas, é um componente fundamental de organizações inovadoras e adaptáveis. Segundo a pesquisa Diversity Matters, da consultoria McKinsey, as empresas no quartil superior para diversidade de gênero em suas equipes executivas são 21% mais propensas a ter lucratividade acima da média do que as empresas no quartil inferior.

Já em relação à diversidade étnica e cultural, os dados indicam 33% de probabilidade de performance superior das empresas do quartil superior. Ou seja, grandes corporações já perceberam que diversidade gera inovação. Não à toa que Dell, Microsoft, Sodexo, Vivo e outras têm programas robustos de diversidade.

Saindo dos números para o mundo real, uma das poucas palestras de salas paralelas lotada do CBC foi justamente a que tratou do tema: “A Diversidade como Diferencial Competitivo”. Mas apesar do interesse, a gestão da diversidade ainda está em fase baixa maturidade nas cooperativas, ainda reduzida à criação de grupos de afinidade (negros, mulheres, jovens etc) e/ou ações de comunicação para sensibilização.

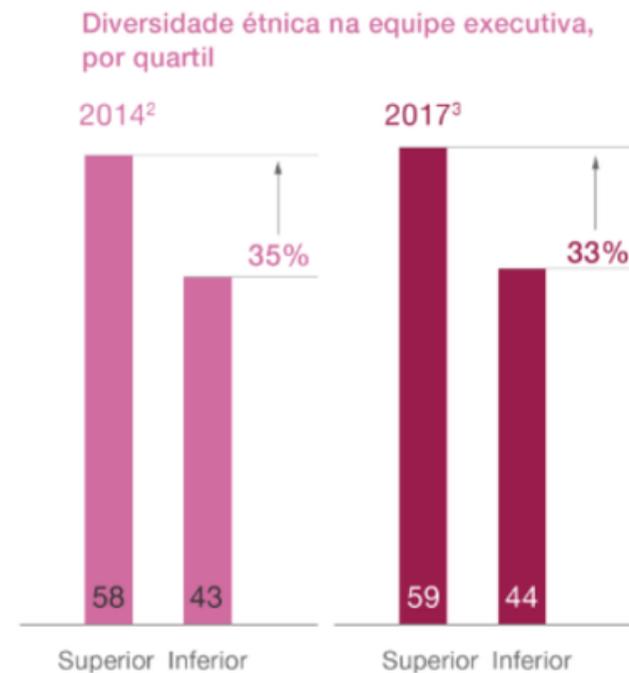
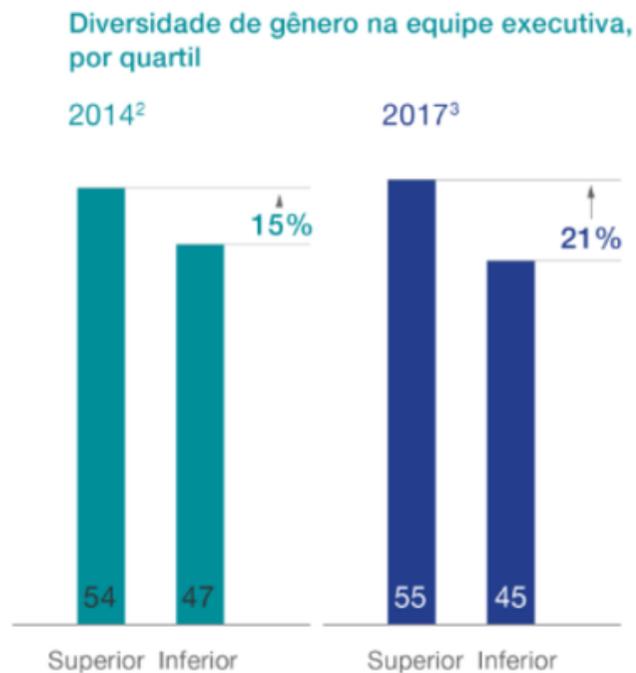
Mas ela deve ir além disso, promovendo diversidade também nos seus quadros decisórios. E um caminho longo e lento de ser percorrido, mas que precisa ser trilhado. A OCB, no documento-base do CBC, aponta esse atraso das cooperativas em relação à promoção da diversidade:

5 Promoção da diversidade

“Apesar de o cooperativismo estar presente em todo o território nacional, é preciso estar atento à homogeneização dos tomadores de decisão tanto das cooperativas quanto do Sistema OCB. O quanto existe de diversidade de formação, experiências, histórias de vida,

conhecimentos, competências, idades e pensamentos nesses grupos decisores? A centralização das decisões estratégicas e criativas, com o adicional da homogeneização do perfil dos decisores, é um desafio enorme para um movimento a caminho da inovação.”

PROBABILIDADE DE PERFORMANCE FINANCEIRA SUPERIOR À MEDIANA NACIONAL DO SETOR, %



6

Aproximação e parcerias com startups

“A velocidade de inovação das fintechs é muito grande e elas são focadas em nichos. Aqui no Sicoob, nós entendemos que era melhor transformá-las em empresas parceiras em vez de concorrentes. Porque é uma forma de ampliar nosso negócio, penetrar mais nichos e ter uma relação ganha-ganha, sem necessariamente estar concorrendo.”

André Rocha, arquiteto Líder no Sicoob Confederação

O modelo administrativo do cooperativismo, cercado de burocracias e lentidão, impede que novos negócios sejam criados e testados com a mesma velocidade das mudanças que acontecem no mundo. Não dá para comparar, por exemplo, uma startup com uma cooperativa nesse quesito, mas elas podem ser parceiras e crescerem juntas.

Ficou claro durante todo o CBC o interesse das cooperativas em entender e se conectar ao mundo das startups. Há uma percepção de que do ponto de vista dos valores, as startups têm tudo para serem parceiras das cooperativas. Propósito e trabalho em rede, por exemplo, são valores fortes em ambos os modelos.

Antes de entrarmos nesse detalhe, vamos entender a definição de startup segundo Eric Ries, empreendedor e autor do livro “A Startup Enxuta”. Para ele, “uma startup é uma instituição destinada a criar novos produtos e serviços em situações de extrema incerteza”.

Ou seja, fica claro que ferramentas tradicionais de planejamento e controle - comuns no cooperativismo - não funcionam bem com startups e podem matá-las. Por outro lado, a aproximação com startups aliada a um mindset de inovação pode trazer ganhos à cooperativa.

Atualmente, várias cooperativas já trabalham em parceria com startups

por meio de programas de inovação. A Unimed já lançou iniciativas nesse sentido, como os programas LinkOne e InnovatiOn - este último é um programa da Unimed Vales do Taquari e Rio Prado, que busca startups para resolver 8 problemas de negócio.

O programa Inovar Juntos do Sicredi é outro exemplo e recebeu, em 2018, mais de 200 startups inscritas. O processo de seleção foi afinando até que 12 startups fossem escolhidas para participar de imersão com o Sicredi. Esse processo, que durou 90 dias, permitiu à cooperativa fazer uma experimentação das soluções propostas. Ao final, cinco startups foram selecionadas e, este ano, ela firmaram

acordo comercial para seguirem como fornecedoras do Sicredi.

Mas o desafio vai além da aproximação e das parcerias. A própria OCB afirma que o setor precisa incentivar startups e aceleradoras a produzir ideias e soluções para o cooperativismo.

Precisamos participar da revolução “tech” em andamento em todos os setores da economia: fintechs, healthtechs, legaltechs, insurtechs, edtechs, proptechs, construtechs etc.

As tecnologias estão impulsionando um contexto de hipercompetitividade e mudando drasticamente a natureza da competição mercadológica antes exclusiva das grandes corporações.

Para que o cooperativismo seja um terreno fértil para o surgimento de startups - as chamadas Cooptechs (guarde bem este termo) - devemos ter maior afinidade e proximidade com as novas tecnologias e com o mindset digital.

TECNOLOGIAS JÁ EM USO PELAS STARTUPS - E PARA O COOPERATIVISMO ESTUDAR:

- Blockchain
- Realidade virtual, realidade aumentada e realidade mista
- Inteligência artificial
- Machine learning
- Deep learning
- Computação quântica
- Impressoras 3D
- Nanotecnologia
- Biotecnologia
- Internet das Coisas
- Big data e computação em nuvem

7

**Engajar por meio
do propósito**

“Estamos vivendo a Era do Ativismo, onde os consumidores estão cada vez mais dispostos a se relacionar com marcas que se comprometam com mudanças e que entendam o impacto que podem vir a ter na sociedade. 70% da geração chamada millennials, cuja intimidade com a internet e redes sociais vem de berço, estão dispostos a gastar mais dinheiro para apoiar marcas que atuam a favor de causas que são caras a eles.”

Documento-base do 14º Congresso Brasileiro do Cooperativismo

7 Engajar por meio do propósito

Quando o assunto é comunicação, fica evidente que o cooperativismo precisa divulgar melhor seu propósito. A questão do propósito ganhou ainda mais relevância na economia exponencial, na qual empresas buscam mais conexão com seus clientes. E relacionamentos baseados em conexões emocionais são mais fortes e duradouros que os racionais, além de reforçarem ações e programas de inovação.

E preciso surfar essa onda do propósito e dar cada vez mais ênfase aos princípios do cooperativismo. Segundo o documento-base de Comunicação do CBC, tais princípios têm tudo para serem reconhecidos e abraçados pela sociedade atual, como reflexo de práticas boas, justas e inteligentes.

serem reconhecidos e abraçados pela sociedade atual, como reflexo de práticas boas, justas e inteligentes.

O propósito de cada cooperativa pode e deve estar em evidência para criar mais conexões, gerar engajamento e criar percepção de valor.

Além disso, a transparência - outra qualidade do cooperativismo - será, progressivamente, mais do que um valor desejado pelos consumidores: será uma obrigação das instituições que desejam se manter no jogo.

A atuação transparente das cooperativas deve ser uma prática constante, pois é a melhor resposta à falta de confiança nas instituições e uma das melhores

estratégias para boa reputação e relacionamentos duradouros.

Outra questão bastante discutida no CBC foi a distância do público jovem em relação ao setor.

Mas a devida comunicação das qualidades do cooperativismo pode ser fundamental para atrair os jovens.

Os famosos “millennials” dão valor a propósito, transparência, cooperação, e as cooperativas precisam tirar proveito disso para engajar o público jovem, mostrar que as cooperativas entregam produtos e serviços de qualidade, atrelados à um impacto positivo em suas comunidades.

OS DESAFIOS PARA AUMENTAR O ENGAJAMENTO:

- Melhorar a gestão das marcas (branding)
- Dar mais ênfase ao propósito
- Agir e comunicar com transparência
- Promover visibilidade e reconhecimento da causa do cooperativismo
- Segmentar os públicos para uma comunicação efetiva
- Investir em conhecimento e inovação

Conclusão

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não foi fácil selecionar as sete tendências de inovação para este e-book. Nossa sensação é que as cooperativas despertaram de vez para a inovação. E neste despertar, ainda estão concatenando informações, sistematizando temas e separando o que é simples moda do que pode ser realmente impactante para o setor.

Há uma profusão de ideias, termos e interesses no setor: cooperativismo de plataforma, cooperativismo 2.0, startups cooperativas, cooptechs, incubadoras e aceleradoras de cooperativas digitais, e por aí vai.

Em meio a esse turbilhão de ideias e conceitos, nosso critério para o e-book foi priorizar tendências reais, que já têm ações - ainda que incipientes - em curso. Já tendências que nos pareciam boas ideias, mas que ainda não tinham nenhuma ação concreta em curso, ficaram de fora. Vale destacar as seguintes:

- **Criação de startups cooperativas, as “cooptechs”**: Seria interessante ver cooperativas enxutas, planejando negócios escaláveis com base tecnológica. Mas a burocracia somada ao desconhecimento do modelo, ainda impedem o início de um ecossistema de cooptechs brasileiras.

- **Criação de incubadora e aceleradora de intercooperação:** Proposta no documento-base do CBC, a ideia é facilitar parcerias de intercooperação mais profundas, com essa incubadora/aceleradora apoiando nas questões burocráticas e de estudo de viabilidade, papel que poderia ser desempenhado pela própria OCB.
- **Desburocratizar as cooperativas:** Facilitar, do ponto de vista legal, a criação e gestão de cooperativas, poderia facilitar o surgimento de novos agentes no setor.
- **Cooperativismo 2.0:** O termo resume um movimento que o Coonecta

pretende apoiar, o de um cooperativismo renovado para os novos tempos, antenado à tecnologia e modelos de gestão mais ágeis. Acreditamos, no entanto, que no Brasil ainda é cedo para cravar alguma iniciativa como cooperativismo 2.0. (Não concorda? Mande um e-mail para nós: contato@coonecta.me. Queremos ouvir você!).

Nossa missão, no Coonecta, é ajudar as cooperativas a se reinventarem para os novos tempos. Acreditamos que, para isso, mais do que entender de tecnologias ou metodologias da moda, o cooperativismo precisa mudar sua cultura e mindset.

Queremos ajudar neste processo, promovendo encontros para networking e benchmarking, eventos para relacionamento com o ecossistema de inovação, e entregar muito conhecimento e conteúdo online. Assim, queremos ajudar na criação de um ecossistema, onde todos os envolvidos têm um só objetivo: reforçar e renovar o cooperativismo no Brasil, para ampliar os frutos econômicos e sociais deste modelo.

Gustavo Mendes
Co-Founder
coonecta



Romário Ferreira
Co-Founder
coonecta



[Compartilhe o link para o site do e-book!](#)

Ajude-nos a divulgar o Coonecta!

Siga o Coonecta
nas redes sociais!

