

/ PALAVRA DO LEITOR

Liquidações de inverno

O frio aquece as vendas e antecipa as liquidações na Zara, H&M e outras redes de vestuário do Rio Grande do Sul (Jornal do Comércio, edição de 28/06/2026). Acredito que a realização de liquidações no início do inverno seja por conta da economia neste ano estar desacelerando, com vendas quase 30% abaixo de anos anteriores. Afinal, ninguém coloca produtos em liquidação quando está vendendo bem. *(André Batista)*



Liquidações de inverno II

Lojas tradicionais já vendem quase 70% no comércio online, pelo site. Essa será a tendência daqui para a frente. *(Carmen Valladares)*

Liquidações de inverno III

Mesmo com as liquidações, ainda é mais vantajoso comprar no comércio on-line. *(Elisabeth Sasso)*

Nova ponte do Guaíba

O governo federal assinou a contratação para a execução das obras remanescentes da nova ponte do Guaíba com investimento estimado em R\$ 525 milhões (JC, 26/06/2026). As alças da ponte do Guaíba já deveriam estar prontas desde 2014. Nada no Rio Grande do Sul caminha. *(Renato Soares Maciel)*

Nova ponte do Guaíba II

Arrisco-me a dizer que aqui no Rio Grande do Sul gostam tanto de obras que ficam com pena de terminar e por isso prolongam o máximo possível. *(Sergio Santos Marino)*

Nova ponte do Guaíba III

A obra na BR 116, entre Porto Alegre e Pelotas, vai completar 15 anos. Dividiram o trabalho em vários lotes, três empresas nem chegaram a começar as obras. O Exército fez metade da obra e entregou 90%. Agora, tudo parou novamente. *(Marcio Kunrath)*

Nova ponte do Guaíba IV

Assinam contratos e contratos e as obras não saem do lugar. *(Querlon Ruas)*

Aviação

Fundado em 1950 e presente no Aeroporto de Canela desde então, o Aeroclube de Canela vive uma disputa administrativa e judicial com a Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero) pela permanência gratuita no aeródromo (JC, 26/06/2026). O fim já é sabido. O pior de tudo é que não tem pessoas com capacidade técnica e moral para que representem e defendam a instituição que há 76 anos está lá. É um retrato típico da nossa república. *(Lucas Farias Taffarel)*

Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres, podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espaço. É necessário indicar no título do e-mail se é "Artigo" ou "Palavra do Leitor". Os artigos e cartas publicados com assinatura são de responsabilidade dos autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possibilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

/ ARTIGOS

Cooperativismo: agenda voltada a negócios

Simone Zanatta

O cooperativismo gaúcho já demonstrou sua capacidade de transformar realidades. Presente em diferentes setores e regiões, movimentou bilhões de reais, gera emprego, renda e desenvolvimento para as comunidades. Justamente por sua relevância, tem potencial de multiplicar esse impacto ao combinar sua vocação local com uma atuação cada vez mais conectada a novas oportunidades, parceiros estratégicos e mercados globais.

É nessa direção que o Sistema Ocergs vem fortalecendo seu papel como articulador de negócios para as cooperativas – uma prioridade para impulsionar o crescimento do setor nos próximos anos.

A ampliação da presença em feiras nacionais e internacionais faz parte desse movimento. Eventos como Anuga Brazil, APAS Show, Naturaltech e Sial China vêm se consolidando não apenas como vitrines de produtos, mas como espaços de inteligência de mercado. São ambientes que aproximam empresas, abrem portas e antecipam tendências de consumo e o que estará nas prateleiras nos próximos ciclos.

O papel do Sistema Ocergs é fazer com que esse mapa de tendências chegue às cooperativas. Relatórios e capacitações, como um curso de trade marketing ministrado pela Escola do Cooperativismo (Escoop), permitem que cooperativas de diferentes portes tenham acesso a informações estratégicas e estejam preparadas para atuar de forma competitiva.

No ponto de venda, essa estratégia se materializa. Em um cenário de alta disputa pela atenção do consumidor, é preciso garantir presença, visibilidade e relevância. Foi nesse cenário que surgiu o Projeto Trade, para destacar o carimbo SomosCoop nas gôndolas de 40 lojas de redes supermercadistas gaúchas.

A iniciativa busca ampliar em 15% as vendas das cooperativas participantes e reforçar a presença da marca SomosCoop, que também está no centro da campanha "O Coop Tá em Tudo, Tá com Tudo", lançada para ampliar a conexão com os consumidores e evidenciar a presença e a força do cooperativismo no cotidiano dos gaúchos.

Feiras, inteligência de mercado, capacitação, trade marketing e fortalecimento de marca integram uma mesma agenda de crescimento. O objetivo é impulsionar a competitividade das cooperativas, contribuir para a meta de faturamento de R\$ 150 bilhões até 2030 e garantir que a prosperidade dos negócios se traduza em desenvolvimento para o Rio Grande do Sul.

Gerente de Marketing e Negócios do Sistema Ocergs

O Sistema Ocergs vem fortalecendo seu papel como articulador de negócios para as cooperativas

O valor do cooperativismo

Marcelo Hartmann

Neste Mês do Cooperativismo, somos convidados a olhar para além das aparências institucionais e analisar as engrenagens econômicas que movem o setor produtivo. Na saúde suplementar, o modelo cooperativo se consolida como uma das maiores forças de estabilidade e inovação. Ao contrário das estruturas corporativas tradicionais,

A gestão econômica do cooperativismo médico baseia-se na sustentabilidade e no reinvestimento

cujo objetivo final é a maximização do lucro para acionistas, a gestão econômica do cooperativismo médico baseia-se na sustentabilidade e no reinvestimento local, gerando um ciclo virtuoso que transforma o mercado de saúde e beneficia todos os agentes envolvidos.

Sob a ótica financeira, a grande diferença competitiva do cooperativismo está na redução de intermediários e no alinhamento de interesses. Em uma cooperativa médica, os principais prestadores de serviço e os 'donos' do negócio são as mesmas pessoas. Essa característica única mitiga conflitos e garante que os recursos gerados sejam direcionados para o que realmente importa: a melhoria contínua da infraestrutura, a aquisição de

tecnologia médica de ponta, a valorização do trabalho médico e a prestação de um serviço de qualidade para as pessoas.

Essa mesma lógica de intercooperação contribui com o forte vínculo que mantemos com a nossa rede de hospitais e parceiros, especialmente em momentos desafiadores da história recente, como o período crítico da pandemia e o enfrentamento das severas enchentes que atingiram o nosso Estado. Nessas ocasiões, materializamos o cooperativismo ao liderar ações de apoio de toda ordem para salvaguardar a rede assistencial que cuida dos nossos clientes e da população em geral.

Também precisamos considerar que, em tempos de inflação médica global e custos crescentes, essa capilaridade e governança baseada na eficiência coletiva do modelo cooperativista servem como uma barreira de proteção para o cliente, oferecendo as melhores soluções, sustentáveis e focadas na prevenção e promoção de saúde.

Celebrar este período é reconhecer o cooperativismo como uma solução econômica moderna e necessária. Na Unimed Porto Alegre, operamos essa lógica diariamente, convertendo responsabilidade financeira em bem-estar social e provando que a união de propósitos é a melhor resposta para garantir serviços de excelência e sustentabilidade para a população.

Superintendente-geral da Unimed Porto Alegre