

UNICRED 

UNIÃO

ANO 1 - Nº 2

ECONOMIA & COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

CONHEÇA OS
CONTEMPLADOS

**UNIÃO
PREMIADA**

ENTREVISTA
BANCO CENTRAL

**HAROLD
ESPÍNOLA**

MINHA CIDADE TEM
**BALNEÁRIO
CAMBORIÚ**

A força de quem

COOPERA

Unicred União apresenta o melhor resultado operacional de sua história e prepara-se para consolidar-se como uma das principais cooperativas de crédito do Brasil



FECHAMENTO
AUTORIZADO,
PODE SER ABERTO
PELA ECT.

C R É D I T O

Realize

O SEU SONHO DO CARRO NOVO.



Todo mundo tem sonhos e a Unicred oferece a solução financeira que você busca para realizar os seus. Desfrute de linha de **Crédito Veículo** desenvolvida especialmente para você. Continue planejando sua vida e contando com quem está sempre ao seu lado. O que você pensar, a Unicred pode fazer por você.



Financiamento de até
100%
para veículos novos*.

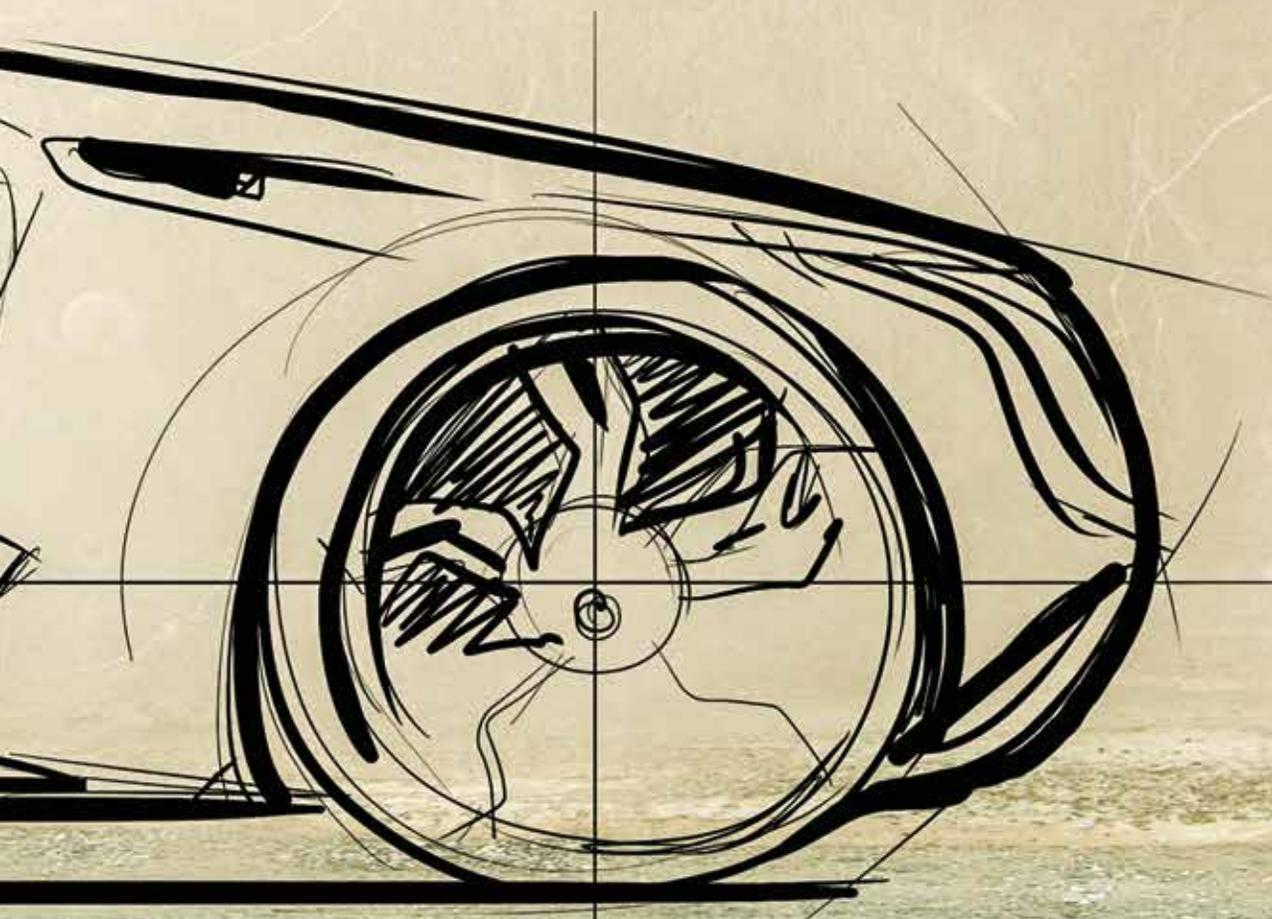


Taxas a partir de
0,69%
a.m.



Contrate e
**GANHE
SEGURO
RESIDENCIAL**

QUER SABER MAIS SOBRE CRÉDITO VEÍCULO? CONSULTE O SEU GERENTE DE RELACIONAMENTO.



*SUJEITO A ANÁLISE DE CRÉDITO.

UNICRED 

EXCLUSIVIDADE

ATENDIMENTO EXCLUSIVO NOS
MOMENTOS EM QUE VOCÊ MAIS PRECISA

Concierge SEGUROS

Um novo conceito em atendimento na área de seguros, com vários serviços em um só lugar, para atendê-lo de forma única e ágil.



ATENDIMENTO A SINISTROS

Atendimento pessoal, para auxiliá-lo desde a abertura do chamado até a conclusão do sinistro.



ASSISTÊNCIA EMERGENCIAL

À sua disposição 24 horas, todos os dias, em caso de necessidade de guincho ou para qualquer outro tipo de emergência.



SEGURO FORA DO EXPEDIENTE DA AGÊNCIA

Saia da concessionária, mesmo aos sábados, com seu veículo segurado.



ALÉM DE OUTROS SERVIÇOS

Auxílio exclusivo em todos os seguros da sua cooperativa.



UNICRED.COM.BR/UNIAO



47.99963-1708

UNICRED 

COMPROMISSO

COM A INFORMAÇÃO

O cooperativismo de crédito, ao contrário de outros segmentos, experimentou, nos últimos anos no Brasil, um crescimento considerável e motivador. Enquanto as demais instituições financeiras, como bancos, fecharam várias agências no ano passado, o setor cresceu 21% nas carteiras de crédito.

Os números traduzem aquilo que os sistemas cooperativistas, em especial os de crédito, já perceberam na prática: há ainda um grande e potencial mercado a ser alcançado e que precisa de informação.

Disseminar o espírito cooperativista é uma das premissas do sistema, por isso, a Unicred União lança a segunda edição desta publicação que tem um pouco de tudo.

O excelente desempenho que a singular obteve em 2018, “maior resultado operacional de toda sua história”, é assunto abordado já nas primeiras páginas da revista, em matéria que revela como a cooperativa conseguiu dar uma guinada e alinhar seus propósitos, preparando-se para vivenciar um cenário de expansão e fortalecimento.

E fortalecimento foi a palavra que o novo presidente da central Unicred SC/PR, Dr. Remaclo Fischer Júnior, elegeu para sua gestão. O presidente recebeu a equipe da revista na sede da entidade, em Florianópolis, e fez um balanço dos primeiros meses à frente da entidade.

Ainda na linha de entrevistas, Harold Paquete Espínola Filho, chefe do Departamento de Supervisão de Cooperativas e de Instituições não Bancárias (Desuc) explicou como o órgão criado pelo Banco Central para fiscalizar as entidades cooperativas de crédito tem contribuído para o desenvolvimento do setor. Desafios e projeções do sistema cooperativista também foram temas abordados na entrevista exclusiva.

O presidente da Unicred União, Dr. Murilo Miguez, também falou à publicação. Em abril, o car-

diologista completa dois anos de mandato e conta, nesta edição, como tem sido a missão de presidir a cooperativa, que completou 25 anos em 2018.

O aniversário da cooperativa, inclusive, foi devidamente comemorado com a promoção “União Premiada Unicred”, que sorteou R\$ 278 mil em prêmios aos cooperados e com o projeto “Nossa União Faz Bem”, campanha de incentivo a ações voluntárias, que mobilizou os colaboradores da cooperativa, instigando a adoção de iniciativas voltadas à melhoria da qualidade de vida e bem-estar das comunidades da área de abrangência da Unicred União. Os felizes ganhadores da campanha e o engajamento dos colaboradores também poderão ser conferidos na revista.

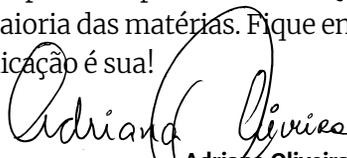
Na parte de entretenimento, você vai conhecer a

história da Rolex, a marca de relógios número um do planeta, conhecer detalhes do Symphony of the Seas, maior navio de cruzeiros do mundo e do Yachthouse – maior prédio residencial do Brasil – que está em plena construção em Balneário Camboriú. E já que é para relaxar, que tal uma cerveja geladinha? Se for artesanal, é melhor? Mergulhamos no mercado das cervejas especiais, para entender por que elas es-

tão ocupando cada vez mais espaço nos bares e lares brasileiros. E, se mergulhar é preciso, visitamos, em Itajaí, a fábrica da Azimuth Yachts. A única unidade do Grupo Azimut-Benetti fora da Itália fabrica verdadeiras obras de arte flutuantes.

Como para ter acesso a todas essas maravilhas é necessário dispor de recursos, nada melhor do que estar bem informado. Por isso, previdência, consórcio, investimento, entre outros tópicos econômicos, são enfocados para contribuir com sua saúde financeira. Desejamos a você uma boa leitura e se quiser ampliar seu conhecimento, lembre-se que outros conteúdos estão disponíveis por meio dos QR Codes inseridos na maioria das matérias. Fique então à vontade, esta publicação é sua!

Esta publicação faz parte do processo de disseminação do sistema cooperativista. É a forma que encontramos para levar o conhecimento a um número maior de pessoas, mas acima de tudo é nossa maneira de ficarmos ainda mais próximos de você, cooperado Unicred.


Adriana Oliveira
Jornalista

PRESIDÊNCIA

Murilo Miguez
Presidente

Edwin Schossland
1º Vice-presidente

Mauro Marquiotti
2º Vice-presidente

Luiz Antonio Silveira Flores
3º Vice-presidente

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Murilo Miguez

Edwin Schossland

Mauro Marquiotti

Luiz Antonio Silveira Flores

Leonardo Pereira da Costa

Sérgio Alberto Wolf

Ivan Savoia Assef

Hjalmar Romay Fiedler

Sérgio Roberto Carpes

Pedro Geraldo Rosa Lopes Nunes

Marcos Scheidemantel

Aluisio Stoll

Gabriel Kubis

CONSELHO FISCAL

Efetivos

Roosevelt Oliveira de Sousa

João Abrão Faiad Junior

Marco Antonio Goulart Menna Barreto

Suplentes

André de Almeida Corinhti

Jorge Roberto Rebello

Adrian Maurício Stockler Schner

Unidade Administrativa Unicred União
Rua: Camboriú, 519, Centro – Itajaí – SC
(47) 3390-3800

Baixe o nosso aplicativo



  unicredafinidade.com.br

UNICRED UNIÃO

ECONOMIA & COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

A Revista Unicred União é uma publicação semestral de responsabilidade da Cooperativa de Crédito do Leste de Santa Catarina e do Paraná Ltda – Unicred União

Coordenação:
Adriano Fernandes da Silva

Jornalista Responsável:
Adriana Oliveira

Coordenadora Operacional – Unicred União:
Briane Bortolon Lamaison

Projeto gráfico e editoração:
UAW! Comunicação & Design

Revisão:
Lavínia Maria de Oliveira Vicente

Tiragem:
4.000 exemplares

Impresão:
Gráfica COAN

Edições anteriores:
unicredafinidade.com.br



UNIDADES DE ATENDIMENTO

ITAJAÍ - CENTRO	AG. 1301-3	Rua Camboriú, 519 - Fazenda
BAL. CAMBORIÚ - PIONEIROS	AG. 1302-1	Av. Osmar de Souza Nunes, 290 - Pioneiros
BAL. CAMBORIÚ - 4ª AVENIDA	AG. 1311-0	Av. Quarta Avenida, 208 - Centro
ITAPEMA	AG. 1303-0	Av. Nereu Ramos, 4077 - Sala 1004 - Meia Praia
JOINVILLE	AG. 1305-6	Rua Blumenau, 425 - Sala 4 - América
JOINVILLE - CHU	AG. 1310-2	Rua Orestes Guimarães, 905 - Térreo - América
JOINVILLE - GETÚLIO VARGAS	AG. 1314-5	Rua Padre Kolb, 1382 - Anita Garibaldi
CANOINHAS	AG. 1304-8	Rua 3 de Maio, 169 - Centro
JARAGUÁ DO SUL	AG. 1306-4	Rua Marechal Deodoro da Fonseca, 1130 - Centro
MAFRA	AG. 1307-2	Rua Tenente Ary Rauhen, 62 - Alto de Mafra
PORTO UNIÃO	AG. 1308-0	Rua Santos Dumont, 317 - Centro
SÃO BENTO DO SUL	AG. 1309-9	Av. Dom Pedro II, 445 - Centro
NAVEGANTES	AG. 1704-3	Rua Vereador Nereu Liberato Nunes, 250 - Centro
CURITIBA - BATEL	AG. 1708-6	Av. do Batel, 1370 - Batel
PONTA GROSSA	AG. 1800-7	Rua Francisco Ribas, 15 - Centro

AGÊNCIA
+mais

47.4007-2440



ATENDIMENTO

JÁ CONHECE A 1ª AGÊNCIA
VIRTUAL DO SISTEMA
COOPERATIVO DO BRASIL?

AGÊNCIA **+** *mais*

A Agência Mais é pioneira no atendimento via *chat*.
Nossos gerentes de relacionamento estão prontos
para resolver tudo que você precisar, com mais
conforto e agilidade, de onde você estiver.

47.4007-2440

ou *chat* em unicredafinidade.com.br

Atendimento de segunda a sexta-feira, das 8h às 19h.

CAPA | 

A FORÇA DE QUEM COOPERA

MAIOR RESULTADO DA HISTÓRIA **13**

MEIO MILHÃO ECONOMIZADOS **16**

25 ANOS DA CENTRAL SC/PR **17**



DIVULGAÇÃO/STOCK.ADOBE.COM/BR/VCHALUP



 | ENTREVISTA

DR. MURILO MIGUEZ

PRESIDENTE DA UNICRED UNIÃO

18 2019 VAI SER
PREMIUM

PROMOÇÃO UNIÃO PREMIADA | 

**COOPERADA LEVOU
BMW PARA CASA** **22**



 | NOSSA UNIÃO FAZ BEM

28 VOLUNTARIADO

30 ENGAJAMENTO

32 RESULTADOS DA CAMPANHA

ENTREVISTA | 

HAROLD ESPÍNOLA

CHEFE DO DESUC - BANCO CENTRAL

**CENÁRIO DO
COOPERATIVISMO
NO BRASIL**

36



 | CERVEJA

41 **DA POPULAR
À SOFISTICADA**

SEGURANÇA DIGITAL | 

**OPERAÇÕES DIGITAIS
MAIS SEGURAS** **46**



 | ENTREVISTA

48 **DR. REMACLO
FISCHER JÚNIOR**

PRESIDENTE DA UNICRED SC/PR

**CENTRAL: CADA
VEZ MAIS FORTE**

QUALIFICAÇÃO | 

FINANÇAS DE FORMA SIMPLES **52**
COLABORADORES CERTIFICADOS **53**



 | GRANDES MARCAS

55 **ROLEX E A
ARTE DE CONTAR
O TEMPO**



🏠 | PARANÁ

58 ATENDIMENTO DIFERENCIADO

MINHA CIDADE TEM | 🏠

BALNEÁRIO CAMBORIÚ **60**

MIRAMAR: O PIONEIRO **63**

23 ANOS DE PARCERIA **66**



🏠 | ARTIGO

69 MARCELO VIEIRA MARTINS DIRETOR EXECUTIVO DA UNICRED UNIÃO AGÊNCIA DO FUTURO

PUC | 🏠

UM PROGRAMA NOTA 10! **70**



🏠 | PREVIDÊNCIA

73 VANTAGENS DA PREVIDÊNCIA CORPORATIVA

SONHO DE CONSUMO | 🏠

CASA DE LUXO EM ALTO MAR **76**



CONSÓRCIO | 

REALIZAR SEU SONHO FICOU AINDA MAIS FÁCIL **81**



 | MERCADO DE LUXO

86 O MAIOR RESIDENCIAL DO BRASIL ESTÁ EM SANTA CATARINA

ARTIGO | 

VIVIEN AUCAR DE TOLLA **89** ESPECIALISTA EM INVESTIMENTOS O QUE ESPERAR DE 2019?



 | INVESTIMENTOS

- 90** TRANQUILIDADE FINANCEIRA
- 91** OS MELHORES INVESTIMENTOS
- 92** DICAS DE LIVROS SOBRE FINANÇAS

VIAGEM | 

UM MAR DE POSSIBILIDADES **94** O GIGANTE DOS MARES **96**



COMODIDADE

DÉBITO *Automático*

TRANQUILIDADE E SEGURANÇA, ANTES,
DURANTE E DEPOIS DE SUAS FÉRIAS.

Não se preocupe mais com o vencimento das suas contas! Nas datas de vencimento, a Unicred debita o valor das mesmas diretamente da sua conta corrente, com muita eficiência e segurança.

—
QUER SABER MAIS SOBRE DÉBITO AUTOMÁTICO?
CONSULTE O SEU GERENTE DE RELACIONAMENTO.
—

MAIOR RESULTADO

OPERACIONAL DE TODA
NOSSA HISTÓRIA



DIVULGAÇÃO: WWW.SHUTTERSTOCK.COM.BR/IOANNIS PANTZI

Foi essa constatação que os dirigentes da Unicred União fizeram ao analisar os números do encerramento do exercício 2018. A singular completou 25 anos e ganhou como presente os melhores índices desde sua fundação.

Mesmo diante de um cenário político e econômico desfavorável, a cooperativa foi capaz de se reinventar e alinhar seus propósitos. “Foi um ano fantástico, finalizamos provisões, fizemos ajustes e aumentamos as receitas. E mesmo em um período em que as taxas diminuíram, nós conseguimos ampliar os números, alavancar a venda de produtos e a oferta de serviços”, frisa o diretor executivo da Unicred União, Marcelo Vieira Martins.

A cooperativa com sede em Itajaí representa muito bem o atual momento do cooperativismo de crédito no país, que experimenta o sabor da ascensão, no campo e na cidade, em todos os setores, de-

monstrando o poder transformador do cooperativismo.

Com nove milhões de associados, o cooperativismo de crédito é protagonista na promoção da cidadania financeira dos brasileiros e pode ser ainda mais. A participação de pouco mais de 3% no Sistema Financeiro Nacional deve aumentar, já que os especialistas estimam um crescimento médio acima de 15% no setor ao longo de 2019.

E, no que depender da Unicred União, os números do cooperativismo de crédito não vão parar de crescer. Com um patrimônio líquido de R\$ 131,5 milhões e operando uma carteira de crédito de R\$ 461,7 milhões, a cooperativa prepara-se para viver um novo momento. “Vamos imprimir um novo ritmo de crescimento e voltar a nos destacar. Para isso, queremos focar na pessoa física, nossa vocação voltou a ser para as pessoas”, adianta Marcelo.

“O cooperado pode esperar uma cooperativa muito ativa na área de atendimento, oferecendo excelentes produtos e com profissionais qualificados. Nossa missão é fazer com que o associado, dono da cooperativa, sinta-se em casa. Vamos empreender todos os esforços para que isso aconteça.”

Marcelo Vieira Martins
Diretor executivo da Unicred União



VOANDO ALTO

A Unicred União concluiu 2018 com o melhor resultado entre as singulares do sistema Unicred SC/PR em eficiência operacional. O índice é medido por meio da subtração do quanto a cooperativa ganhou com o quanto gastou. “Nossa despesa administrativa de 2018 foi praticamente igual à de 2017 e 2016, e, em contrapartida, neste mesmo período, os custos dos produtos e serviços que usamos para manter a cooperativa aumentaram consideravelmente”, observa o diretor administrativo-financeiro, Ingo Régis.

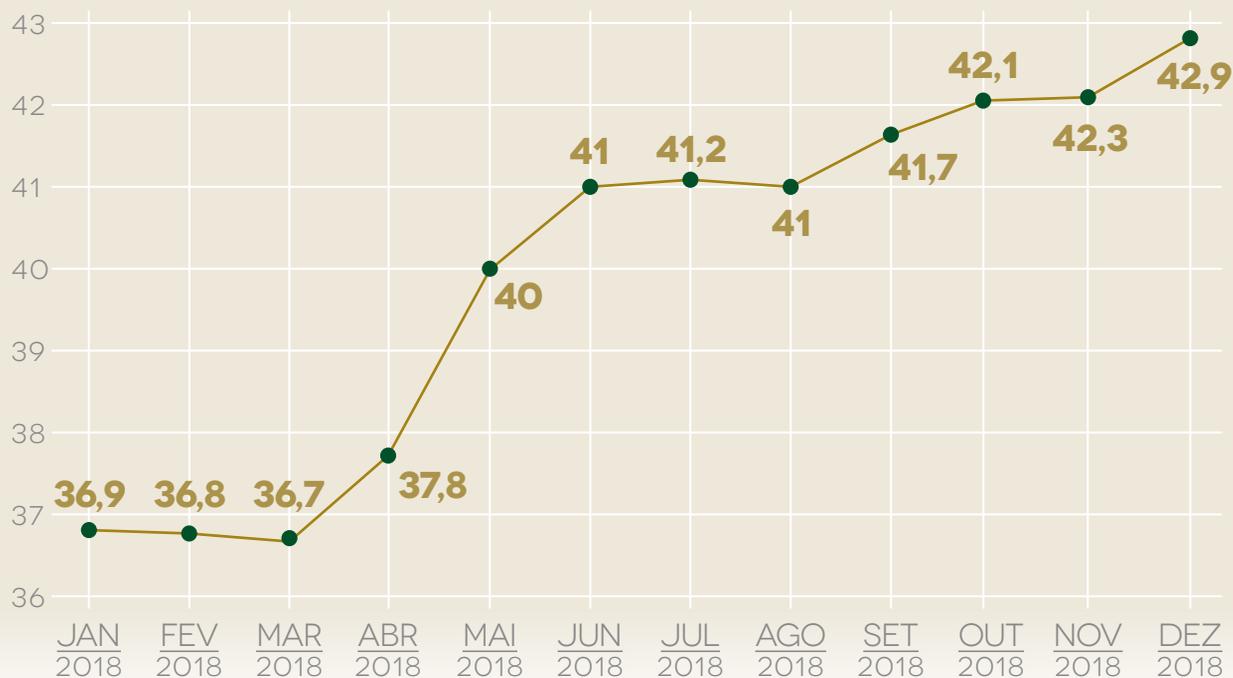
A cooperativa foi destaque também na venda de

produtos, como o consórcio, foram 283 cotas vendidas em um ano, consolidando-se como líder do *ranking* entre as singulares catarinenses. Além disso, voltou a ter a maior carteira de cooperados pessoa física (PF) do sistema Unicred do Brasil e manteve-se no primeiro lugar em número de cooperados PF com o plano Precaver do país. A reforma de todas as agências, com a implantação de escritórios de negócios e o atendimento mais qualificado para o cooperado, também alçaram a singular à posição de destaque dentro do cenário cooperativista financeiro.

INDICADOR DE EFICIÊNCIA

O índice de eficiência da Unicred União chegou a 57,1% em dezembro de 2018, se comparado a janeiro do mesmo ano, o resultado representa um aumento na economia de 7 pontos percentuais. O índice de eficiência operacional é utilizado para mensurar quanto a instituição financeira gasta para gerar receita, desse modo, quanto menor for a relação entre as duas variáveis, mais positivo ele é.

GRÁFICO DE ECONOMIA



“Acreditamos que 2019 será um excelente ano para empreender e alavancar os negócios, mas sempre com cautela. Analisar o setor, avaliar as oportunidades e mensurar os riscos são estratégias necessárias para satisfazer nossos cooperados e alcançar bons resultados.”

Ingo Régis
Diretor administrativo-financeiro da Unicred União

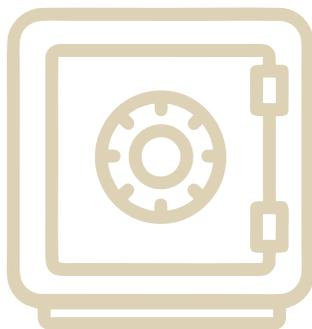
NO COFRE

O fortalecimento da cooperativa trouxe impactos positivos e diretos nas sobras. Foram quase R\$ 40 milhões de resultado operacional, destes, R\$ 1 milhão será destinado aos juros ao capital e R\$ 1,5 milhão para distribuição na assembleia.

O diretor executivo Marcelo Vieira Martins resalta que com esse resultado operacional foi possível provisionar R\$ 37 milhões. “Juntas, as singulares do

sistema Unicred SC/PR reservaram R\$ 67 milhões em 2018, e nós, sozinhos, provisionamos mais da metade do valor total do estado”, menciona.

A carteira de provisão da cooperativa – valor guardado mensalmente para fazer face a perdas prováveis na realização dos créditos, exigência do Banco Central do Brasil – está em mais de R\$ 50 milhões.



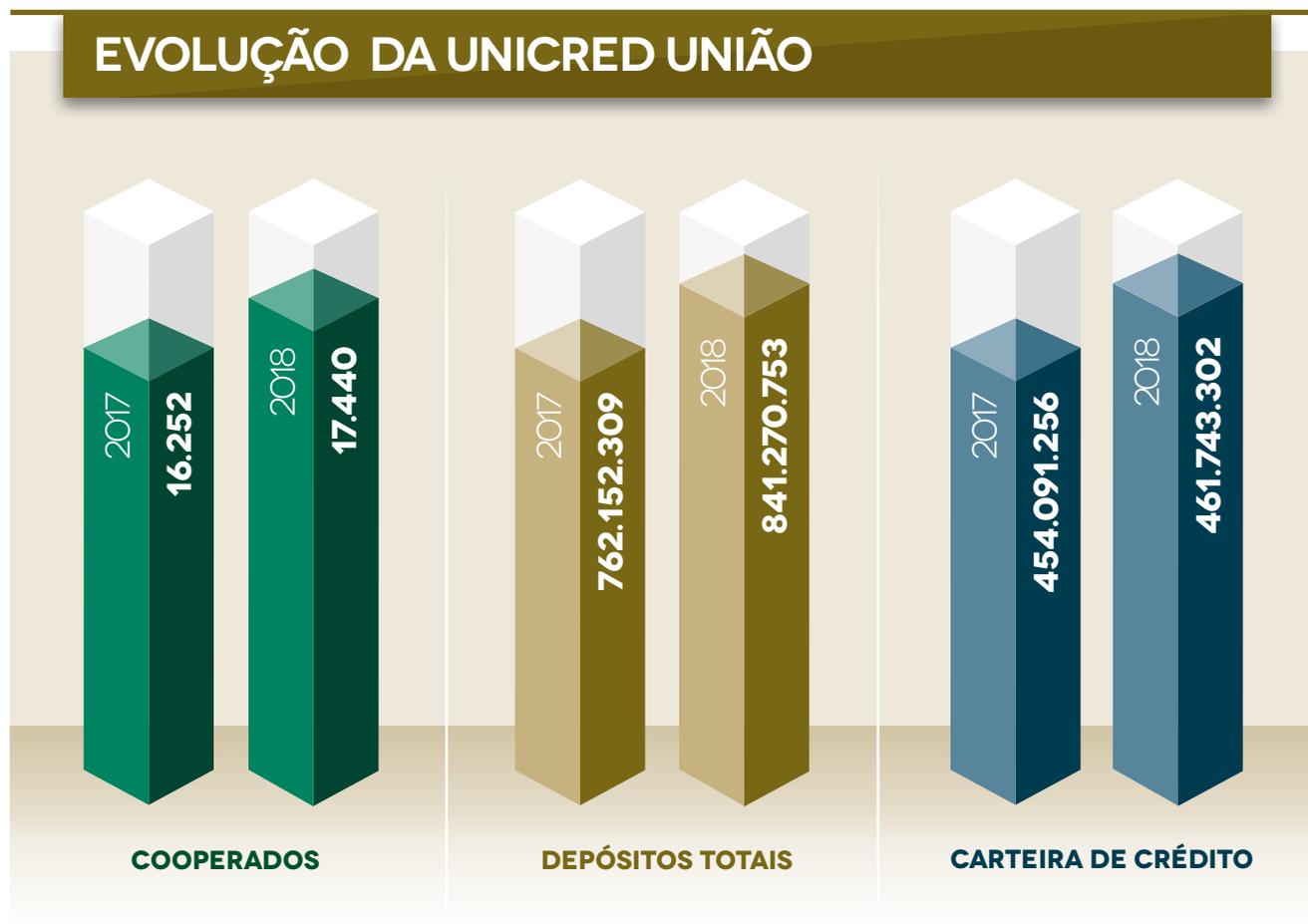
E o que isso significa para o cooperado?

“Significa segurança para o cooperado que aplica o dinheiro, pois ele tem uma cooperativa enxuta, muito robusta, bem estruturada e com fortes garantias. Estamos muito prudentes, cuidando do futuro, e, em qualquer imprevisto ou impacto, estamos muito bem protegidos. A saúde da cooperativa está excelente”.

Atualmente, cerca de 12% da carteira de crédito da Unicred União está guardada, mais do que o dobro geral das demais singulares do sistema Unicred SC/PR, que provisionam, em média, 5%.

“Fomos extremamente conservadores”, avalia Marcelo, ao adiantar que a tendência é que as sobras líquidas dos próximos anos sejam bem maiores.

EVOLUÇÃO DA UNICRED UNIÃO



MAIS DE MEIO MILHÃO

DE REAIS ECONOMIZADOS PELOS COOPERADOS DA UNIÃO

R \$ 560 milhões. Este foi o valor estimado que os cooperados da Unicred União deixaram de gastar com juros e tarifas entre 2013 e 2018. Mas que conta é essa?

Ao longo do ano, a cooperativa compara as taxas de juros praticadas por ela com as taxas ofertadas pelas maiores instituições bancárias do país, a diferença é o ganho social.

Além do montante economizado conjuntamente, com a aquisição de produtos como cheque especial ou crédito, é possível estimar quanto cada cooperado deixou de gastar por ano.

Em 2018, por exemplo, foram contabilizados

R\$ 103 milhões, valor que, dividido pelo número de cooperados, gerou uma economia média de R\$ 5,8 mil por ano para cada cooperado de forma linear. “Como nossas taxas são menores, o cooperado ganha mais pelo dinheiro aplicado e paga menos pelo empréstimo. Tudo isso é computado, resultando em um valor que ele tiraria do bolso se fosse correntista de um banco. E se o cooperado deixou de gastar, então, indiretamente, ele ganhou. O banco não dá esse resultado”, defende o 3º vice-presidente da Unicred União, Dr. Luiz Antonio Silveira Flores.



CRITÉRIOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PERÍODO
CH. ESPECIAL	R\$ 1.418.882	R\$ 2.497.587	R\$ 4.574.700	R\$ 4.923.579	R\$ 4.939.370	R\$ 7.297.429	R\$ 25.651.547
CRÉDITO	R\$ 36.834.390	R\$ 38.623.488	R\$ 86.321.433	R\$ 137.640.206	R\$ 125.485.832	R\$ 89.573.952	R\$ 514.479.301
TARIFAS	R\$ 1.699.473	R\$ 1.515.135	R\$ 1.479.258	R\$ 1.816.156	R\$ 6.540.360	R\$ 6.886.341	R\$ 19.936.723
TOTAL	R\$ 39.952.745	R\$ 42.636.210	R\$ 92.375.390	R\$ 144.379.941	R\$ 136.965.562	R\$ 103.757.722	R\$ 560.067.570
POR COOPERADO	R\$ 3.315	R\$ 2.928	R\$ 5.650	R\$ 9.705	R\$ 8.167	R\$ 5.882	



“O cooperado costuma avaliar somente as sobras ao final de cada exercício, contudo, o ganho social é um parâmetro importante, pois demonstra que no sistema cooperativista há ganhos diários.”

Dr. Luiz Antonio Silveira Flores
3º vice-presidente da Unicred União

CENTRAL SC/PR

COMPLETA 25 ANOS E SE REAFIRMA COMO A PRIMEIRA DO SISTEMA UNICRED DO BRASIL

Em dezembro, a Unicred Central SC/PR completa 25 anos. Criada para dar suporte às singulares de Blumenau, Itajaí, Florianópolis e Criciúma – únicas existentes naquele momento – hoje concentra um universo de 72 mil cooperados e administra um volume de R\$ 6 bilhões de ativos, das atuais seis singulares.

Duas décadas e meia depois, a entidade está consolidada e há muito tempo ocupa o louvável primeiro lugar dentro do sistema Unicred do Brasil, o posicionamento é reflexo da pujança das singulares sob seu comando, que contam com serviços con-

centrados e especializados ofertados pela central.

O diretor superintendente da Unicred SC/PR, Vladimir Andrade Duarte, acredita que a centralização dos serviços tem feito a diferença. “Absorvemos cada vez mais as atividades administrativas, para liberar os profissionais que atuam nas singulares para atender bem o cooperado, com experiência, sabedoria, resolvendo os problemas e mantendo-o fidelizado. O que tem de mais nobre nas cooperativas, e tem que ficar na singular, é o atendimento padrão. É isso que faz a Unicred prosperar e o papel da central é oferecer assessoria para que isso ocorra”, contextualiza.

Atenta às demandas

As crescentes necessidades das singulares têm mudado o modo de atuação da Unicred SC/PR. Ano a ano, são ofertados novos produtos e serviços conjuntos, que promovem ganhos em escala e diminuem os custos. “A central é um agente que propõe modelos estruturais de processos, presta consultoria, trabalha nos estudos teóricos e conceituais. Captamos as necessidades das cooperativas e elaboramos propostas que possam atender aos anseios da maioria”, pontua Vladimir. Sob a administração da Unicred SC/PR, lista Vladimir, estão a Central de Relacionamento, de Cadastro, Área de Operações, Controle de Orçamentos, Centralização Financeira, Contas a Pagar, Seguradora, Gestão de Pessoas, Escola de Negócios, *Marketing*, entre outras áreas. “A central cada vez mais absorve as atividades de nossas cooperativas e isso tem nos destacado no cenário nacional. Somos um estado pequeno, mas temos um potencial de crescimento maior do que os outros”, analisa o diretor superintendente.

INTELIGÊNCIA DO NEGÓCIO

As cooperativas da Unicred SC/PR atingiram, em 2018, R\$ 2 bilhões em crédito e R\$ 73 bilhões em sobras. Para continuarem em ascensão, a central pretende fortalecer a atuação junto às singulares. “O foco é o relacionamento com o cooperado e a oferta de produtos competitivos”, endossa Vladimir.

O planejamento tem pilares bem definidos: “Vamos analisar os custos, fazer uma revisão ge-

ral, ofertar novos produtos, serviços e treinamentos, para que as cooperativas lidem somente com a inteligência do negócio. Infraestrutura e educação também são prioridades, aponta Vladimir, ao destacar a reestruturação das U.A., implantação das agências conceito *premium* e o lançamento do Programa de Formação em Finanças, como ações primordiais para consolidar o sistema Unicred.



“As cooperativas têm como vocação e grande diferencial competitivo o desenvolvimento da comunidade, pois grande parte dos recursos captados é investida no fortalecimento da região onde está inserida. As cooperativas possuem esse movimento social muito relevante e transformador.”

Vladimir Andrade Duarte
Diretor superintendente da Unicred SC/PR

2019 VAI SER PREMIUM

“Cooperativismo é a solução para um mundo mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos.”

Dr. Murilo Miguez
Presidente da Unicred União

DR. MURILO MIGUEZ

Médico cardiologista, Dr. Murilo Miguez, há 19 anos, paralelamente à atividade médica, contribui com o sistema cooperativista financeiro. Como diretor, vice-presidente e agora como presidente da Unicred União, vivenciou e ainda vivencia os desafios do sistema cooperativo. Experiência e dedicação não faltam ao profissional que inicia o segundo ano de seu mandato com a mesma disposição para manter o ritmo de crescimento e evolução da singular.

Em abril, Dr. Murilo Miguez completa dois anos como presidente da cooperativa. O primeiro ano de gestão foi marcado por investimentos na modernização das agências, que adotaram um conceito *premium*, na capacitação dos colaboradores e na comemoração dos 25 anos da cooperativa. Em 2019, a expectativa é que a economia do país volte a crescer e isso, acredita Dr. Murilo, também trará reflexos positivos ao sistema cooperativista. A tecnologia, contudo, deve ser o foco da Unicred, que busca novos aparatos para proporcionar agilidade e garantir a segurança das transações realizadas pelos cooperados. Sobre estes aspectos, e muito mais, o presidente fala nesta entrevista especial concedida à jornalista Adriana Oliveira.

Como foi o ano de 2018 para a Unicred União?

Foi um ano muito bom, muito produtivo. Inauguramos e reformulamos quatro agências. Uma delas foi a CHU, que fica dentro do hospital Unimed de Joinville, ela ficou muito bonita, bem ampla, com uma área muito maior, tem todos os recursos, o Espaço Conexão, que é o local de conforto do médico, o que hoje chamamos de espaço *premium*, no qual o médico se sente confortável, pode ficar ali na hora do almoço, conversar, usar a internet, ler o jornal.

Esse conceito também já está presente em outras agências. Correto?

Isso, esse mesmo espaço foi implantado na agência Pioneiros, que também foi reformulada e tem, inclusive, uma sala para os cooperados fazerem reuniões. E também na agência 4ª avenida, uma agência nova, mais bem localizada, mais confortável, que possui esse espaço *premium* e também um auditório para 30 pessoas, onde os cooperados podem se reunir, reunir especialistas para fazer estudos. Reformulamos também a agência Itapema, que agora é uma sala de negócios e fica no 10º andar de um prédio bem confortável lá de Itapema. Todas essas agências ganharam um conceito novo, um padrão novo. ►



UM ANO DE COMEMORAÇÕES

“Nós comemoramos os 25 anos da cooperativa e para celebrar junto aos cooperados realizamos uma campanha que os premiou de acordo com sua fidelização. O sorteio levou em consideração cartões, operações, depósitos à vista e a prazo, entre outros itens.

O prêmio maior foi uma BMW sorteada em janeiro pela Loteria Federal, que teve como ganhadora a cooperada Simone Pazinato Albano, de Itapema. Realizamos também vários trabalhos sociais, como o Programa Unicred Cultural (PUC). Nossos colaboradores visitaram várias escolas, auxiliaram as crianças, desenvolveram trabalhos manuais, prestando importante auxílio.”

A capacitação dos colaboradores também foi foco no ano que passou?

Com certeza. Tivemos muitos investimentos em capacitação, o que nos levou a sermos uma das cooperativas com maior número de pessoas capacitadas dentro do sistema cooperativo. Tivemos 14 colaboradores aprovados no CEA, que é uma especialização em investimentos financeiros, e é bem difícil de obter. Além do CPA-10 e CPA-20, que todas as pessoas que trabalham com crédito têm. Esses especialistas são consultores financeiros, e podem au-

xiliar, principalmente, os que querem investir em fundos. Essa capacitação também diminuiu a rotatividade, fidelizamos mais os colaboradores, o que traz impactos importantes para a cooperativa.

E na área tecnológica, houve investimentos?

Tivemos um investimento maior em tecnologia, pois o mercado financeiro exige. O cooperado quer fazer um investimento, quer falar conosco, quer fazer um financiamento e liberar o carro na hora e agora consegue fazer isso até mesmo nos finais de semana.

A Unicred do Brasil está investindo muito em tecnologia, o que diminui os custos.

E a cooperativa obteve outros destaques?

Crescemos bastante na venda de seguros. Existe um plano de atendimento chamado Concierge, que atende os sinistros 24 horas por dia, todos os dias. O cooperado liga e está amparado imediatamente. Crescemos muito no Precaver, nossa cooperativa é líder de venda, praticamente 60% de nossos cooperados têm o Precaver. Somos reconhecidos pela Quanta, sempre ganhamos

troféu por isso. Nesse ano e nos últimos cinco anos houve um crescimento muito grande da cooperativa, um crescimento bem importante. Tivemos as auditorias internas e externas e todas nossas contas foram aprovadas.

O senhor já está há quase 20 anos na cooperativa. Muita coisa mudou desde então?

Eu entrei em 2000, a cooperativa tinha um ativo de R\$ 11 milhões, agora está perto de R\$ 1 bilhão, é um crescimento que não sei nem como mensurar.

E como o senhor analisa o desenvolvimento do cooperativismo de forma geral?

É sempre bom colocar que o cooperativismo cresce muito no Brasil e ele é muito importante nos outros países também. Na Alemanha, por exemplo, já representa 22%, nos EUA cerca de 30% e no Brasil cresceu bastante nos últimos anos e já está chegando a 6%, sendo que no sudeste e no sul é mais fomentado.

Em tempos de crise, ainda assim foi possível crescer?

O sistema mantém-se mesmo em meio à crise, porque as pessoas procuram gastar menos, querem pagar menos tarifas, menos taxas e é na cooperativa que elas encontram isso. No banco, elas pagam todo mês uma taxa que não volta para elas, já na cooperativa o dinheiro do cooperado está sempre guardado e rendendo e depois volta, após os 65 anos de idade ou 20 de cooperação ele pode resgatar sua cota capital. Então,

o cooperativismo cresceu muito e se mantém em crescimento, tem uma credibilidade muito grande.

E qual o balanço destes primeiros anos de mandato?

Em 2019, completo meu segundo ano de mandato, metade da caminhada. É muita responsabilidade, muito trabalho, muita dedicação e muita presença. Temos que estar sempre presentes em tudo, somos sempre solicitados. Presidente de uma cooperativa de crédito é diferente do presidente de um banco. O presidente do banco ninguém sabe quem é, sabe mas não consegue falar com ele, o presidente da cooperativa todos conhecem, ligam, querem saber como está indo a cooperativa.

Está satisfeito com os rumos da cooperativa?

Estou muito satisfeito, pois está tudo correndo bem e isso acontece porque não é um trabalho do presidente, é também dos vices, dos conselhos de administração e fiscal, que são muito ativos, estão sempre atentos a todos os movimentos da cooperativa, então é um trabalho em equipe, trabalho dos nossos diretores executivo e administrativo e também de todos os colaboradores, estamos todos muito ligados, muito conectados sempre. Ninguém trabalha sozinho, principalmente no cooperativismo, que é a união de pessoas.

E o que os cooperados podem esperar de 2019?

Finalizamos o planejamento estratégico para 2019 e queremos

manter as contas equilibradas e a segurança dos nossos sistemas. A expectativa é que neste ano a evolução seja maior, esperamos crescer junto com o país, porém, o crescimento depende muito do desempenho da nossa economia. A abertura de novas agências fica condicionada a alguns estudos, porque as pessoas hoje não procuram tanto as agências, a maioria das transações é feita pelos canais, então tudo tem que ser muito planejado. Mas, o mais importante é conseguirmos manter a segurança disso tudo. Nosso foco maior vai ser a tecnologia, é um pedido de todos os cooperados. O mundo hoje é todo tecnológico e temos que acompanhar isso. A Unicred pode evoluir muito nisso, tecnologia com segurança. Nessa área dependemos também da Unicred do Brasil.

E qual sua mensagem aos cooperados?

Tenho para dizer aos cooperados que em 2019 continuem trabalhando com a Unicred União, continuem trabalhando com as cooperativas. Quero também agradecer a confiança de todos os cooperados, pessoas físicas e jurídicas e de todos os vice-presidentes, diretores e demais colaboradores. Será um ano de muitas conquistas, focado no aumento da qualidade e não do número de cooperados. Antigamente nosso planejamento era para cinco anos, agora o mundo não pode mais esperar cinco anos, pois no meio do caminho muitas coisas mudam, então agora o planejamento é anual e às vezes ainda temos que mudar o leme nesse tempo, porque hoje a velocidade das coisas é muito rápida. Mas isso é bom, a evolução é sempre boa.

UNICRED 

UNICRED 



COOPERADA DE ITAPEMA

LEVOU PARA CASA UMA BMW NOVINHA

A fisioterapeuta Simone Pazinato Albano começou o ano com o pé direito. Cooperada da agência de Itapema (SC) da Unicred União, ela foi a feliz ganhadora de uma BMW 320i, prêmio maior da promoção União Premiada Unicred.

A campanha foi lançada no ano passado para celebrar os 25 anos da cooperativa e, além do veículo o KM, foram sorteados 16 iPhones X, 6 tablets e duas viagens internacionais, com acompanhante, totalizando R\$ 278 mil em premiação. Mais de 10 mil cooperados se cadastraram e 25 estão comemorando o resultado do sorteio realizado pela Loteria Federal, no último dia 23 de janeiro.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/UNICRED UNIÃO/ADRIANO



QUEM COOPERA
GANHA PRÊMIOS

CAMPANHA
LANÇADA
NO ANO PASSADO
PARA CELEBRAR OS
**25 ANOS DA
COOPERATIVA**
SORTEOU R\$ 278
MIL EM PRÊMIOS



“UM DOS DIAS MAIS FELIZES DE MINHA VIDA”

O dia 30 de janeiro de 2019 certamente será para sempre lembrado com muito carinho por Simone. Foi na manhã daquela quarta-feira que a cooperada recebeu, das mãos dos dirigentes da Unicred União, as chaves do novo veículo.

“Têm coisas na vida que só se explicam pela fé. Quando eu li o regulamento da promoção, vi que havia duas viagens e minha meta para 2019 era viajar e eu ganhei muito mais do que desejei. Para quem tem fé, Deus realiza além do seu sonho.”

Quando recebeu a ligação do presidente da cooperativa, Dr. Murilo Miguez, Simone diz que pensou que era um trote. “Ele ligou para me informar que eu era a ganhadora, mas só fui acreditar quando meu marido e os funcionários da cooperativa confirmaram”, conta.

Cooperada desde 2006, Simone enfatiza que a Unicred é sua única instituição financeira: “O meu banco é a Unicred. Utilizo os produtos e serviços de que preciso, sempre sou muito bem atendida e agora, mais do que nunca, vou fazer propaganda da cooperativa”, brinca a cooperada ao ressaltar que a sorte prestigia quem trabalha, acredita e tem fé em Deus.



MAIS SORRISOS

No final de janeiro e início de fevereiro, os demais sorteados da promoção receberam, em suas respectivas agências, os prêmios que ganharam na promoção. O presidente da cooperativa, Dr. Murilo Miguez, lembra que a campanha premiou o cooperado de acordo com sua fidelização. “O sorteio levou em consideração o uso de produtos como cartões, consórcio, previdência e o

volume de operações, como depósitos à vista e a prazo, entre outros serviços. Quanto mais itens utilizados, maior a chance, por isso, quem ganhou certamente é um cooperado que utiliza muito a cooperativa e merece esse presente. Quero agradecer a todos que participaram e parabenizar os ganhadores.”

Confira os ganhadores abaixo:

VIAGEM INTERNACIONAL



David Alejandro Lara Rodriguez – Jaraguá do Sul



Igor Matheus Shikasho Nagima – Canoinhas

TABLET SAMSUNG



Adriano Mauricio Santos
CHU – Joinville



Tiago Wasilewski Dantas
São Bento do Sul



Fernanda Hansch Beuren
São Bento do Sul



Roberto Ratzke
Batel – Curitiba-PR



Rosemeri Laurindo
Getúlio Vargas – Joinville



Sílvia Adriany Kochan Marcon
Porto União

IPHONES X



Dr. Ricardo Krzyzanowski
Porto União



Pauline Zanin
Jaraguá do Sul



Diego Fernando Kohlbeck
Itajaí



Mislei Aparecida Pasdiora
Mafra



Fabiano Mitsuhashi Yaguchi
CHU - Joinville



Aldeir Caetano da Silva
Navegantes



Paulo Francisco Mastella Couto
Getúlio Vargas - Joinville



Ricardo A. Acacio dos Santos
CHU - Joinville



Cristiane Maria Gugelmin
Canoinhas



Denis Roberto Stricker
CHU - Joinville



Ricardo Bonoldi Fortuna
CHU - Joinville



Julia Manoela S. do Nascimento
Navegantes



Thais Rodrigues Zanatta
São Bento do Sul



Fernando de Oliveira Querne
4ª Avenida - B. Camboriú



Jomara Carlise Lemos
Canoinhas



Guído Brandt
Itajaí

SEGURO DE VIDA

GARANTA

Sua proteção

SEM PERDER
SUA SEGURANÇA
FINANCEIRA.

O Seguro de Vida Unicred garante a sua segurança financeira no caso de diagnóstico de doenças graves, com o pagamento de uma indenização. Assim, caso você precise, pode buscar tratamento imediato sem comprometer o seu patrimônio.



PROTEÇÃO
VIDA

FALE COM SEU GERENTE DE RELACIONAMENTO
E SAIBA MAIS SOBRE ESSA OPORTUNIDADE DE PROTEÇÃO.



GOSTOU?
ASSITA O
VÍDEO



VOLUNTARIADO

CRESCE NÚMERO DE PESSOAS ENGAJADAS COM AÇÕES SOLIDÁRIAS NO PAÍS

○ resultado do módulo Outras Formas de Trabalho, da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2017 (PNAD Contínua), divulgado em abril de 2018, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), demonstrou que durante o ano de 2017, 7,4 milhões de brasileiros realizaram algum tipo de trabalho voluntário.

Foram 840 mil voluntários a mais do que em 2016, aumento de 12,9%, contudo, o número corresponde a apenas 4,4% da população brasileira a partir dos 14 anos idade. A pesquisa mostrou ainda que a maioria – 91% das pessoas – fez trabalho voluntário por meio de empresa, organização ou instituição.

Em 2018, colaboradores da Unicred União contribuíram para ampliar o volume de ações de interesse social e comunitário, destinado a favorecer alguém ou algum grupo, graças à dedicação ao projeto “Nossa União Faz Bem”.

O projeto foi idealizado para comemorar os 25 anos da cooperativa e contou com a participação de cerca de 120 colaboradores da Unicred União, que, ao longo do ano, realizaram, nas áreas de abrangência da agência na qual atuam, atividades que trouxeram impactos positivos à comunidade.

Muito mais do que celebrar a data, a iniciativa resultou em mais de 500 horas de trabalhos voluntários que favoreceram em torno de mil pessoas.

“As ações surpreenderam, porque atingiram um grande número de pessoas, atendendo suas necessidades mais urgentes. Tenho certeza que todos saíram modificados desta experiência e esperamos que o espírito do voluntariado permaneça.”

Marcelo Vieira Martins
Diretor executivo da Unicred União



ENGAJAMENTO

SORRISOS E ABRAÇOS

A ciência comprova: quem faz trabalho voluntário ganha muito em bem-estar e felicidade. Segundo estudo da Universidade de Michigan, voluntários vivem em média quatro anos mais, e com melhor qualidade de vida. E o desempenho profissional também é afetado, pois amplia o *networking*, melhora o engajamento com a empresa, desperta o espírito de liderança e integra equipes, melhora o clima corporativo

e facilita a mediação de conflitos, além de ensinar a lidar com pessoas e ideias diferentes, gerando amizade e comprometimento.

E foi isso e muito mais que os colaboradores da Unicred puderam sentir na prática. Além da oportunidade de aprimorar habilidades, sensibilidade e a empatia, os voluntários receberam em troca muitos abraços e largos sorrisos, gerando uma troca de energia muito positiva.



“A avaliação da campanha foi muito boa. Os colaboradores ficaram entusiasmados com a possibilidade de colaborar e colocaram em prática os princípios de solidariedade e ajuda mútua preconizados pelo sistema cooperativista. Conseguimos evidenciar nossa responsabilidade social ao fazermos muitas pessoas mais felizes.”

Briane Bortolon Lamaison
Coordenadora Operacional da Unicred União

INTERESSE PELA COMUNIDADE

O comprometimento dos colaboradores com o projeto beneficiou diversos segmentos da sociedade. Crianças, jovens e adultos foram favorecidos por meio de ações definidas com base nas necessidades mais urgentes de cada comunidade.

Em Canoinhas, por exemplo, a equipe da agência local criou uma biblioteca dentro do Lar de Idosos da cidade. A preocupação com a educação também foi o foco dos colaboradores da 4ª Avenida, que criaram espaço educacional para as crianças do projeto “Cantinho da Alegria”, de Itapema. Outra entidade beneficiada foi a Comissão do Bem-Estar do Menor de Itajaí (Combemi), que ganhou uma brinquedoteca-

ca, favorecendo cerca de 250 crianças atendidas pela instituição.

O meio ambiente também ganhou atenção especial, com a realização de palestra educativa para alunos do colégio Santos Anjos, plantio de árvores e flores na praça Nereu Ramos, ações desenvolvidas pela equipe de Porto União e o apoio à Recivida, ONG de Mafra que atua com lixo reciclável.

Além dessas ações, houve ainda doação de sangue, arrecadação de livros, reforma de veículo, atividades em hospitais, com os Palhaços da Alegria e muito carinho aos idosos, com a realização de tarde de lazer, fotografia e lanche em asilos.



Exposição fotográfica retrata atividades voluntárias dos colaboradores

Todas as iniciativas voluntárias realizadas pelos colaboradores da Unicred União, ao longo do projeto “Nossa União Faz Bem”, foram devidamente registradas e resultaram em uma exposição fotográfica que vai percorrer 13 agências da cooperativa. A exposição, composta por 18 fotografias que retratam momentos significativos das ações, foi aberta em Itajaí no dia 5 de dezembro, Dia Internacional do Voluntário. De Itajaí, a mostra seguiu para a agência Centro de Joinville, passou por São Bento do Sul, Navegantes e agência Pioneiros (Balneário Camboriú). Ao longo do ano, outras nove agências da cooperativa sediarão a exposição, que poderá ser visitada de segunda a sexta-feira, durante o horário de funcionamento da agência. A previsão é que a mostra itinerante seja encerrada no mês de setembro, na sede da Getúlio Vargas, em Joinville.



RESULTADO DA CAMPANHA

CONHEÇA AS AÇÕES REALIZADAS PELOS COLABORADORES DA UNICRED UNIÃO



Agências 4ª Avenida (Balneário Camboriú)

Ação – Tarde de brincadeiras, lanche e lembranças para os alunos do Espaço Educacional Cantinho da Alegria, de Itapema.

Beneficiadas – 60 crianças.



Agência Mais (Joinville) ▶

Ação 1 – Doações de roupas, material de higiene, fraldas e alimentos para a Casa Renascer, de Joinville.

Beneficiadas – Cerca de 30 gestantes.

Ação 2 – Doação de Sangue no HEMOSC de Joinville.
Beneficiadas – Pessoas que necessitam de sangue.



Mafra

Ação 2 – Coleta de materiais reciclados entregues à ONG Associação Ecológica Mafrense de Catadores de Resíduos Sólidos (Recivida) e doação de aventais para as recicladoras da ONG.

Beneficiadas – Recicladoras e comunidade em geral.



Agência Canoinhas ▶

Ação – Criação de uma biblioteca no Lar de Idoso de Canoinhas. Arrecadação, seleção e organização dos livros no local criado dentro da instituição. Lanche e conversa com os idosos.

Beneficiados – 8 idosos.

Agência CHU (Joinville) ▶

Ação – Palhaços da Alegria. Fomentar a educação e a cultura para crianças internadas no setor da pediatria do Hospital Unimed, por meio da leitura e de brincadeiras.

Beneficiadas – Cerca de 30 crianças.



Agência Batel (Curitiba) ◀

Ação – Doação de Sangue no Centro de Hematologia e Hemoterapia do Paraná (HEMEPAR).

Beneficiadas – Pessoas que necessitem de sangue.



Agência Getúlio Vargas (Joinville) ▶

Ação – Dia da Conscientização de Higiene Bucal, na Associação Crescer, em parceria com a clínica odontológica Conquist.

Beneficiadas – Cerca de 20 crianças do bairro Ulysses Guimarães, de Joinville.



Agência Itajaí ◀

Ação – Revitalização de sala Comissão do Bem-Estar do Menor de Itajaí (Combemi), com a criação de brinquedoteca para as crianças e adolescentes da instituição, proporcionando um conceito de Espaço Cooperar, com conforto para leituras e brincadeiras.

Beneficiadas – 250 crianças de 6 a 15 anos.

Agência Jaraguá do Sul ▶

Ação – Compartilhando literatura e conhecimento. Contribuir com o aumento do acervo da biblioteca pública municipal, para qual serão destinados livros didáticos e de literatura para adultos. Foram arrecadados 600 livros.

Beneficiados – Estudantes, professores e frequentadores da Biblioteca Municipal de Jaraguá do Sul. O local recebe uma média mensal de 150 pessoas.





◀ Agência Joinville (Centro)

Ação – Tarde de café com bingo, no Lar de Idosos Aconchego, de Joinville. Foram arrecadadas cestas básicas e fraldas geriátricas doadas para os idosos da instituição.

Beneficiados – 22 idosos.

▶ Agência Navegantes

Ação – Levar alegria e registrar através da fotografia momentos dos idosos que residem no Lar da Divina Providência, em Navegantes. A ação contou com a doação de produtos de limpeza e café da tarde com os idosos do lar, que receberam carinho e cuidados, sendo preparados para a sessão de fotos realizada em estúdio montado na instituição. As fotos foram impressas, colocadas em porta-retratos e entregues como presente para os idosos.

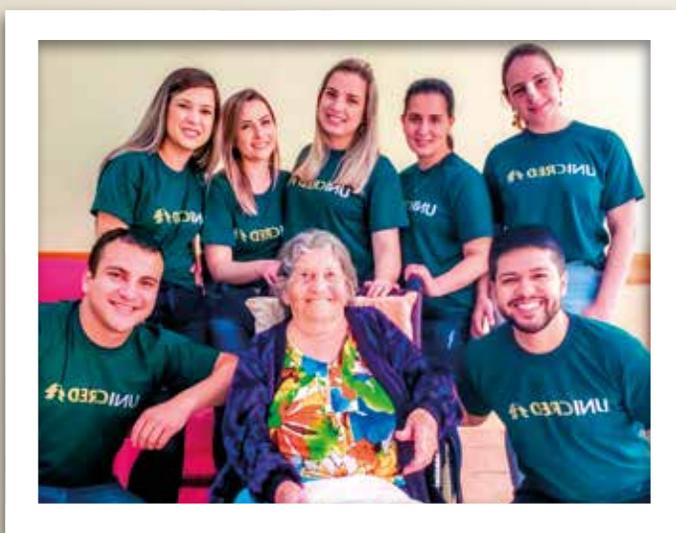
Beneficiados – 64 idosos que vivem no Lar da Divina Providência.



◀ Agência Ponta Grossa (Paraná)

Ação – Projeto “Alegria de Viver”, no Lar das Vovozinhas Balbina Branco, de Ponta Grossa. Foram realizadas atividades de interação, com música, dança, leitura, encerrando com um lanche.

Beneficiadas – 47 idosas.



▶ Agência Porto União

Ação – Palestra de conscientização para alunos do Colégio Santos Anjos, de Porto União, sobre a importância do consumo de alimentos saudáveis, culminando com plantio de árvores frutíferas e flores na praça Nereu Ramos. Além de plantar as mudas, as crianças receberam orientações sobre os cuidados com as plantas e informações sobre sustentabilidade do meio ambiente.

Beneficiadas – 40 crianças e comunidade em geral.





◀ Agência São Bento do Sul

Ação – Projeto Cantinho da Sabedoria – Criação de biblioteca dentro da Fundação Hospitalar de Rio Negrinho.

Beneficiados – Pacientes, acompanhantes, funcionários e médicos do hospital.



Agência Pioneiros (Balneário Camboriú) ▶

Ação – Adoção do Asilo Fundação Lar da 3ª Idade Padre Antônio Dias. Doação de fraldas e materiais de higiene pessoal e realização de atividades de interação, com música e muito carinho.

Beneficiados – 36 idosos.



Unidade Administrativa (Itajaí)

Ação – Dia de Integração com membros da Associação de Deficientes Visuais Itajaí e Região (ADVIR). Além da interação, por meio de apresentações musicais do grupo “Cantando por aí”, os colaboradores reformaram um veículo Volkswagen Kombi utilizado para transporte dos associados.

Beneficiados – 55 deficientes visuais, crianças e adultos.

Programa Unired Cultural – PUC ▶

Ação – Oficinas de música, artesanato, fotografia e cinema.

Beneficiados – 2.009 crianças e adolescentes, do 2º ao 9º Ano de escolas públicas, e integrantes de entidades beneficentes.



HAROLD PAQUETE ESPÍNOLA FILHO

Harold Espínola há 21 anos desempenha diversas funções na área de Fiscalização do Banco Central do Brasil, contudo é a atuação como chefe do Departamento de Supervisão de Cooperativas e de Instituições Não Bancárias (Desuc) que o faz transitar pelo mundo do cooperativismo, sistema que conhece bem, já que uma de suas missões é supervisionar este modelo econômico. Nesta entrevista exclusiva concedida à jornalista Adriana Oliveira, o executivo fala do cenário atual e dos desafios do cooperativismo de crédito, sistema que já concentra 10 milhões de associados.

COOPERATIVAS DE CRÉDITO: UM SISTEMA FINANCEIRO

FORTE

“A capilaridade da rede de atendimento das cooperativas é imprescindível para a inclusão financeira. Há cooperados em 95% dos municípios brasileiros e, em cerca de 560 cidades, as cooperativas de crédito são a única instituição financeira presente.”

Harold Paquete Espínola Filho
Chefe de Departamento de Supervisão
de Cooperativas e de Instituições Não Bancárias (Desuc)

O Departamento de Supervisão de Cooperativas e de Instituições não Bancárias (Desuc) foi criado pelo Bacen, em 2005, com foco principal na fiscalização das entidades cooperativas de crédito. Esse ainda é o principal papel do órgão?

De fato, foi criado tendo como principal universo sob sua responsabilidade o segmento das cooperativas de crédito, uma atividade realizada dentro do departamento que cuida dos conglomerados bancários. Desde o início, também cuidamos de outros segmentos específicos, como consórcios e agências de fomento, e de instituições independentes, que não integrem conglomerados bancários, como financeiras e corretoras e distribuidoras. Mais recentemente, vieram as *fintechs* (por ora, materializadas nas sociedades de crédito direto e nas sociedades de empréstimo entre pessoas) e parte das instituições de pagamento. Há uma grande sinergia nas nossas atividades, pois o cooperativismo de crédito tem se mostrado cada vez mais relevante, ganhou graus de liberdade e incorporou, especialmente nos sistemas organizados, muitas das atividades, produtos e serviços oferecidos por essas outras instituições a cargo do departamento.

Ao supervisionar a atuação das cooperativas, quais os principais pontos avaliados e observados pelo Banco Central do Brasil?

A supervisão exercida pelo Banco Central busca cada vez mais o entendimento do modelo de negócio das instituições sob sua responsabilidade e avalia criteriosamente a adequação da governança e dos controles internos, o gerenciamento integrado de riscos e de capital, mantendo o olhar crítico sobre a situação econômico-financeira. Não é diferente para as cooperativas, que até estão sujeitas a regras específicas, mas, no geral, têm de atender ao moderno arcabouço normativo vigente. ►

Quais as maiores conquistas do cooperativismo de crédito nos últimos anos?

O crescimento contínuo de suas operações e o aumento expressivo do quadro social, já superados os 10 milhões de associados, são as principais conquistas. A livre admissão também foi um marco temporal, a partir do qual nota-se uma alavancagem forte no crescimento das cooperativas, bem como foi relevante a criação do Fundo Garantidor do Cooperativismo de Crédito (FG-Coop), importante instrumento de proteção, que propiciou maior segurança, credibilidade e competitividade, já que protege os depositantes e investidores nas mesmas condições do mercado bancário. Por fim, uma importantíssima conquista é a edição da Lei Complementar nº 130, de 2009, que dispõe especificamente sobre o Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC), que, inclusive, no ano passado, recebeu alterações e passou a permitir que as cooperativas possam captar recursos de municípios, seus órgãos, entidades ou empresas por eles controladas.

Como avalia o atual cenário do sistema cooperativo de crédito?

O sistema vem crescendo de forma contínua e consistente ao longo dos últimos anos. Em períodos de crise, houve alguma perda de tração, mas o crescimento ocorreu de maneira significativa. Em 2018, até novembro, os ativos totais do segmento cresceram 17%, superando os R\$ 209 bilhões. No mesmo ritmo, as operações de crédito aumentaram em 20%, ultrapassando R\$ 115 bilhões. Por trás desse desempenho, olhando o conjunto

de cooperativas, há um amadurecimento do negócio, a profissionalização e a ampliação de produtos e serviços ofertados aos cooperados. Além disso, o aperfeiçoamento do arcabouço regulatório incentiva a consolidação e o fortalecimento da gestão e as novas exigências normativas estimulam as instituições a caminharem cada vez mais dentro de um crescimento sustentável.

Quais os principais desafios do setor?

Há muitas oportunidades a serem exploradas pelas cooperativas na racionalização de estruturas e na intercooperação, princípio de raiz do cooperativismo. Outro ponto relevante é organizar as informações sobre o retorno social que o conjunto das cooperativas promove para seus cooperados e para as comunidades onde estão inseridas. Comunicação adequada com a sociedade é algo a ser sempre perseguido e aprimorado. O cenário de expansão da economia certamente traz oportunidades, o que reforça a importância da busca constante de seu aprimoramento e do enfrentamento de seus desafios.

Acredita que a proximidade é um grande diferencial competitivo do segmento?

As cooperativas têm forte atuação local e regional e, por isso, mantêm-se próximas de seus associados e das comunidades, conseguindo mapear as necessidades e os potenciais de cada localidade. Dessa forma, adaptam-se a tais particularidades, criando oportunidades para o próprio crescimento, mesmo em momentos desafiadores ou de crise. Assim, tanto as instituições quanto a comunidade se

beneficiam, o que resulta em um comprometimento das partes, propiciando maior estabilidade nos negócios e preços competitivos. Essa capacidade capilar de se amoldar a diversas realidades é um diferencial e um ponto forte do cooperativismo.

Nos últimos anos, agências de grandes bancos foram fechadas, enquanto as cooperativas de crédito ampliaram suas redes. Como analisa este movimento?

Nos últimos 10 anos, apesar da redução do número de cooperativas de crédito, gerada preponderantemente por um movimento natural de incorporações (hoje existem aproximadamente 950 instituições), o número de cooperados aumentou e, em 2018, ultrapassou os 10 milhões de pessoas, físicas e jurídicas. Também, os postos de atendimento se multiplicaram e superaram o número de 5.300, distribuídos em aproximadamente 2.600 cidades. Esse movimento está diretamente ligado ao modelo das cooperativas, focado no relacionamento próximo, e ocorre, ainda, pela presença massiva no interior do país, onde a ida ao estabelecimento ainda é bem valorizada. Não obstante, o segmento tem canais digitais de atendimento modernos e com índices crescentes de uso.

O que mudou na economia com o advento das fintechs?

As *fintechs* têm como proposta se aproximar dos clientes em ambiente virtual, empregando massivamente tecnologia e perseguindo agilidade e praticidade, com potencial para criar novos modelos de negócios. O Banco Central acompanha atentamente esses movimentos do mercado

e, no caso das *fintechs*, já regulamentou a atuação da Sociedade de Crédito Direto (SCD) e da Sociedade de Empréstimo Entre Pessoas (SEP), por meio da Resolução nº 4.656, de 2018.

E como as cooperativas de crédito devem se preparar para este novo momento?

Quanto ao efeito sobre as cooperativas, podemos dizer que agilidade, praticidade, modernidade, customização e capacidade de ler os anseios do consumidor compõem, no mundo moderno, piso para a perenidade de qualquer instituição. Assim, além de buscar isso, as cooperativas devem aproveitar e fortalecer a essência do seu negócio, o que já é intrínseco a elas – ou seja, praticar os princípios do cooperativismo.

O Banco Central criou a Agenda BC+ para gerar benefícios sustentáveis à sociedade brasileira. Como o cooperativismo de crédito pode contribuir para a efetivação destas ações?

O objetivo da Agenda BC+ é fomentar a revisão de questões estruturais do Sistema Financeiro Nacional, com propostas legislativas, alterações normativas, de forma a reduzir a assimetria das informações e incerteza jurídica e a promover um ambiente mais competitivo, com benefício direto à sociedade. É uma característica das cooperativas a oferta de taxas e tarifas inferiores, fruto do seu modelo, beneficiando diretamente seus associados e indiretamente, por fomentar a concorrência, as comunidades onde operam (pilar “crédito mais barato”). A concorrência advinda da sua atuação é salutar para o Sistema Finan-

ceiro Nacional (pilar “SFN mais eficiente”). Já a sua presença em todo o território nacional leva serviços financeiros Brasil afora (pilar “Mais Cidadania Financeira”). Assim, as cooperativas de crédito, pela quantidade de instituições e de associados, por sua capilaridade, pelo volume e pela diversidade das operações são elementos importantes para a agenda.

Estamos observando o crescimento do número de PJ associadas às cooperativas. Isto é favorável ao sistema?

Sim, o aumento do quadro de pessoas jurídicas responde por parte significativa do crescimento do volume das operações do cooperativismo de crédito e foi especialmente grande na região Sul e no Centro-Oeste. A evolução da distribuição de crédito da pessoa jurídica ocorreu com mais intensidade do que aquela verificada para a pessoa física. Por exemplo, em relação à modalidade de capital de giro, a carteira de R\$ 24 bilhões, em setembro de 2018, aponta um significativo crescimento de 95% em relação a setembro de 2014.

Acredita que a educação financeira é o caminho para ampliar a inserção dos brasileiros ao sistema cooperativo?

A educação financeira é uma parte da cidadania financeira, conceito mais amplo fortemente incentivado pelo Banco Central, que compõe a nossa Agenda BC+. E o sistema cooperativo de crédito tem papel relevante nesse processo de inclusão financeira, seja socialmente, proporcionando o acesso a pessoas com baixa disponibilidade de atendi-

to pelo sistema tradicional, seja geograficamente, ao promover o reinvestimento de recursos nas comunidades onde está inserido.

A comunicação pode ajudar a difundir os princípios cooperativistas?

Comunicação é fator determinante para qualquer negócio. O entendimento do que é e do que se propõe é a real garantia da escolha consciente, do sentimento de pertencimento e, conseqüentemente, da fidelização e da estabilidade da relação pessoa x entidade. O cooperativismo tem boas oportunidades a explorar, pois muitos não entendem bem do que se trata ou desconhecem os diferenciais positivos do setor.

Como o senhor analisa o desempenho do sistema Unicred como um todo?

Em dezembro de 2018, a Unicred era o terceiro sistema cooperativo do Brasil, com R\$ 12,5 bilhões de ativos, R\$ 5,8 bilhões em operações de crédito (evolução de 17% em relação a 2017), e mais de 207 mil associados, demonstrando sua inequívoca importância ao mercado brasileiro. O sistema Unicred tem passado por significativas mudanças em seus processos de gestão e de planejamento, o que lhe permite elaborar plano de expansão sustentável e ordenado para além das regiões onde atua. Como parte do Sistema Financeiro Nacional, disponibilizando produtos e serviços financeiros adequados, promove o desenvolvimento tanto do cooperado como da atividade econômica local e, por conseguinte, contribui para o desenvolvimento econômico nacional.

C O N F O R T O

E S P A Ç O

CONEXÃO UNICRED

Cooperados & Negócios

Você sabia que muitas agências da Unicred União dispõem de um espaço no qual você pode realizar reuniões com seus clientes ou treinamento de sua equipe? Para usar, basta agendar com seu gerente de relacionamento e aproveitar toda a comodidade. Os espaços possuem infraestrutura completa, com diversos aparatos tecnológicos à sua disposição.

Sua agência, cada vez mais sua!



AUDITÓRIO

Batel, Mafra, 4ª Avenida, Navegantes e Itajaí



SALAS DE REUNIÃO

Ponta Grossa, São Bento do Sul, Canoinhas, Joinville Centro, CHU, Pioneiros e Jaraguá do Sul

CERVEJA

DA POPULAR À SOFISTICADA

tipo pode variar, mas quando se trata de cerveja, todos concordam, uma das bebidas mais antigas da humanidade está cada vez mais presente nos bares e lares e ano a ano confirma sua posição de bebida alcoólica mais consumida no mundo. Já se foi o tempo em que para falar de cerveja bastava ter provado duas ou três marcas, que eram mais conhecidas pelos volumosos investimentos em propaganda e marketing, do que propriamente pelo sabor ou qualidade. A hegemonia acabou e, nos últimos anos, o mercado cervejeiro viu-se mergulhado em uma imensidão de marcas, tipos, sabores, rótulos e tudo isso graças à popularização das cervejas artesanais, também chamadas cervejas gourmet.



GOSTOU?
CONHEÇA
AS MELHORES
CERVEJAS
DO MUNDO



MERCADO DAS GELADAS **ESTÁ AQUECIDO**

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), órgão regulador da indústria cervejeira no Brasil, informa que entre dezembro de 2017 e dezembro de 2018, saltou de 679 para 889 o número de cervejarias em operação no Brasil, um aumento de 30%. O crescimento é ainda mais expressivo ao se avaliar os dados a partir de 2008. O setor expandiu 715%

em apenas uma década. Grande parte desta evolução é atribuída à produção de cervejas artesanais. Contudo, ainda que o segmento deste tipo especial da bebida tenha evoluído, não chega a representar 1% do mercado cervejeiro no Brasil, que produz 15 bilhões de litros anuais. A expectativa, no entanto, é que de gole em gole o consumo das artesanais dobre até 2020.

NÚMERO DE CERVEJARIAS NO BRASIL



“O Brasil não tem histórico de escola cervejeira, mas se destaca como grande consumidor. Temos que criar uma identidade própria e adotar um novo posicionamento com relação ao setor cervejeiro.”

Elmar Schmitz de Alvarenga
Mestre cervejeiro e consultor

BONS DE COPO

Mais de 80% das cervejarias estão concentradas nas regiões Sul e Sudeste. O Rio Grande do Sul ocupa o primeiro lugar tanto em número de cervejarias quanto em densidade (cervejarias x habitante). O estado gaúcho também apresenta o maior crescimento anual até o momento, já que passou de 142 cervejarias, em 2017, para 186, em 2018. São Paulo, com 165, ocupa o segundo lugar no número de negócios do setor, seguido por Minas Gerais (115), Santa Catarina

(105) e Paraná (93). Estes números, no entanto, podem ser bem maiores, revela o mestre cervejeiro Elmar Schmitz de Alvarenga: “É que estes levantamentos levam em conta somente estabelecimentos registrados e não contabilizam as chamadas cervejarias ‘ciganas’, que são empresas legalmente constituídas, mas que não possuem uma estrutura produtiva própria, fazendo suas produções em cervejarias terceirizadas devidamente registradas”, pondera.

SULISTAS TAMBÉM TÊM SEDE

E se depender da sede de catarinenses e paranaenses, o mercado vai ter muito para “bebermorar”. O mercado da cerveja artesanal vive uma de suas melhores fases em Santa Catarina. Os índices comprovam que houve um crescimento de 34% no estado e a tendência é crescer ainda mais. Em 2017, havia 78 cervejarias em solo catarinense, em 2018 chegou-se a 105 estabelecimentos. O Paraná também teve um desempenho considerável. Em um ano, ganhou 26 novas cervejarias, totalizando ao final de 2018, 93 unidades.

Fonte: Anuário da Cerveja no Brasil 2018, divulgado em 23 de janeiro de 2019 pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).



GOURMETIZAÇÃO

Mas o que fez a cerveja artesanal cair no gosto popular? Especialistas acreditam que alguns fatores somados levaram os consumidores a perceberem os diferenciais do produto.

Um dos primeiros motivos foi a inclusão da cerveja na tendência mundial da chamada gourmetização ou harmonização, uma vez que estilos e sabores variados permitem experiências novas na hora de saborear um prato. É o que acredita o engenheiro químico de Joinville, Elmar Schmitz de Alvarenga, mestre cervejeiro há quase 20 anos: “As pessoas começaram a tomar conhecimento dos demais tipos de cerveja e passaram a experimentar em casa. Agora, a maioria dos bares já tem cartas de cervejas artesanais. O público se acostumou com a qualidade do produto e não se importa em pagar mais por isso”, argumenta.

E por falar em casa, os cervejeiros caseiros, cita Elmar, também contribuíram para a difusão do produto. “Eles começaram a produção como um *hobby* e acabaram criando um círculo de influência e não atrapalham o mercado nacional, porque é uma produção pequena e muito básica”.

Às mulheres também é creditado o crescimento do consumo da bebida. A cerveja é o produto mais consumido pelas mulheres, seguida pelo vinho. E o que fez o produto aguçar o paladar das consumidoras é a maior oferta de cervejas *premium* ou especiais, as preferidas por elas.



SABOR E CULTURA

O principal motivo para consumir cerveja artesanal é o sabor, porém a cultura e a moda têm um impacto significativo. O calor registrado em grande parte do país e por um longo período do ano desperta a sede do brasileiro e impulsiona a produção nacional, que só fica atrás da China e dos Estados Unidos. “O consumo nasceu por questão cultural e está se expandindo por uma questão de logística e ainda tem muito para crescer, porque a população é grande, têm áreas no Nordeste, por exemplo, com pessoas com bom poder aquisitivo, é quente o ano todo. No Nordeste, o consumo de cerveja artesanal vai explodir daqui uns cinco anos”, prevê Elmar.

Segundo o especialista, o avanço das cervejas artesanais e especiais, até agora, tem sido um bom negócio tanto para os novos empreendedores quanto para as gigantes do setor, que também passaram a apostar em receitas especiais e na aquisição de rótulos já consolidados. Ele explica: “As grandes indústrias já perceberam essa tendência e compraram algumas fábricas. As artesanais abriram caminho e disseminaram a tendência mundial de beber menos e melhor. As empresas estão vendendo menos volume, mas por outro lado estão conseguindo elevar a penetração de rótulos mais caros”, analisa o mestre cervejeiro.

ARTESANAIS X COMUNS

A primeira diferença notada pelo consumidor de cervejas artesanais em relação à bebida industrializada é o preço. Uma garrafa de 600 ml da cerveja especial pode custar quatro ou até cinco vezes mais do que a cerveja comum. Contudo, isso tem explicação, aliás tem vários motivos: processo, escala de produção, ingredientes e design, só para começar.



CARACTERÍSTICAS	ARTESANAIS	COMUNS
RÓTULOS	Os rótulos contam histórias e falam sobre a essência da bebida. As garrafas se diferem e os mínimos detalhes são valorizados.	Os rótulos têm cores mais comerciais e estimulantes.
PROCESSO DE PRODUÇÃO	Produzidas em menor escala.	Produzidas em grande escala.
	Levam de 15 a 30 dias para estarem aptas ao consumo.	Levam cerca de 11 dias para ficarem prontas.
	Fermentação e maturação acontecem naturalmente, sem adição de produtos químicos para acelerá-los.	São filtradas e pasteurizadas.
	Não utilizam muitos aparatos tecnológicos, o mestre cervejeiro acompanha todo o processo.	Contam com a tecnologia das grandes indústrias do setor.
INGREDIENTES	Os ingredientes são selecionados, mais nobres e alguns são importados. Têm quatro componentes: malte, água, lúpulo e levedura.	Compostas por cerca de 60% de malte de cevada e 40% de cereais maltados ou carboidratos, como milho e arroz.
	Não contêm conservantes e nem açúcares de fontes extras.	Podem levar em sua composição: antioxidantes, corantes e estabilizantes.
SABOR	São mais pesadas, mais orgânicas e com sabores que vão do adocicado ao amargo, o que permite a produção de uma infinidade de sabores e tipos.	São mais leves, fabricadas a partir das mesmas receitas, por isso possuem pouca variação de tipo e sabor.
COR	Possuem cores bastante diversificadas, como cobre, laranja, preto e marrom, por exemplo.	As cores variam pouco, mudando apenas quando se trata da cerveja preta ou Bock.
TEOR ALCOÓLICO	Variam entre 4,5 a 9,2% abv (percentagem em volume), dependendo do tipo decerveja.	Variam entre 4,5 a 5,0% abv (percentagem em volume), dependendo do tipo decerveja.
TEMPO DE CONSUMO	Devem ser consumidas em poucos meses.	Podem ficar até seis meses na prateleira.

“As cervejas artesanais permitem diferentes combinações, resultando em bebidas únicas, com sabores marcantes. O mestre cervejeiro é quem faz essas combinações, oferecendo ao consumidor aromas autênticos, só possíveis de se obter em pequena escala de produção.”

Elmar Schmitz de Alvarenga
Mestre cervejeiro e consultor



PILSENCERVEJA TIPO LAGER **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
CLARA, LEVE E COM
AMARGOR SUAVE.Cor: 5 – 10 EBC
Aroma: característico
Teor alcoólico: 4,6% vol.
Densidade: 1,011g/mL
Amargor: 12 B U**PORTER**CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
ESCURA, ENCORPADA E
COM AMARGOR SUAVE.Cor: acima de 100 EBC
Aroma: leve aroma de café
Teor alcoólico: 4,6% vol.
Densidade: 1,014g/mL
Amargor: 10 IBU**WEIZEN**CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA NÃO FILTRADA,
DOURADA OPACA, ENCOR-
PADA E COM AMARGOR
SUAVE. POSSUI NOTAS DE
BANANA E CRAVO.Cor: 10 – 20 EBC
Aroma: leve aroma
de cravo e banana
Teor alcoólico: 4,6% vol.
Densidade: 1,013g/mL
Amargor: 13 IBU**PALE ALE**CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
DOURADO ESCURO
(ACOBREADA),
ENCORPADA E COM
AMARGOR MARCANTE.Cor: 20 – 30 EBC
Aroma: levemente
lupulado e floral
Teor alcoólico: 4,8% vol.
Densidade: 1,014g/mL
Amargor: 14 IBU**OLD ALE**CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
DOURADA À ACOBREADA,
ENCORPADA, LEVEMENTE
ADOCICADA, LEMBRANDO
UM POUCO A TOFFEE E COM
AMARGOR SUAVE.Cor: 50 – 60 EBC
Aroma: leve aroma frutado, *toffee*,
amadeirado e que lembra barris
envelhecidos de carvalho
Teor alcoólico: 6,5% vol.
Densidade: 1,018g/mL
Amargor: 8 IBU**INDIA
PALE ALE**(IPA) CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
DOURADA, AROMA
FRUTADO, CÍTRICO
E LUPULADO E COM
AMARGOR MARCANTE.Cor: 15 – 25 EBC
Aroma: lupulado e frutado
Teor alcoólico: 6,1% vol.
Densidade: 1,018g/mL
Amargor: 45 – 50 IBU**AMERICAN
PALE ALE**(APA) CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
DOURADA, AROMA FRUTADO,
CÍTRICO E LUPULADO E COM
AMARGOR MODERADO E
ARREDONDADO.Cor: 15 – 25 EBC
Aroma: lupulado e frutado
Teor alcoólico: 5,2% vol.
Densidade: 1,016g/mL
Amargor: 30 – 40 IBU**STRONG
GOLDEN ALE**(SGA) CERVEJA TIPO ALE **CARACTERÍSTICA:**
CERVEJA FILTRADA,
DOURADA, AROMA
FRUTADO E LEVEMENTE
LUPULADO, COM BOA
PERCEPÇÃO DO ÁLCOOL.Cor: 15 – 25 EBC
Aroma: frutado, levemente
lupulado e presença de álcool
Teor alcoólico: 9,0% vol.
Densidade: 1,018g/mL
Amargor: 15 IBU



DADOS PRECIOSOS

COOPERATIVA INVESTE EM TECNOLOGIA E TORNA OPERAÇÕES DIGITAIS MAIS SEGURAS

O sistema Unicred encerrou o ano de 2018 com um total de 59% das transações dos clientes realizadas por meio do *internet banking* e *mobile*. O volume é 11% superior a 2017, já que ao longo daquele ano, 53% das operações dos cooperados foram realizadas por estes mesmos canais digitais.

A adesão dos cooperados aos aparatos tecnológicos cresce ano a ano, visto que com os meios eletrônicos é possível poupar tempo e dinheiro. O sistema Unicred calcula que em 2018 a utilização dos canais eletrônicos gerou uma economia de mais de R\$ 13 milhões, pois uma transação em um canal digital tem o custo médio de R\$ 2,72, enquanto o custo de cada operação na agência é de R\$ 15,52.

E se cresce o interesse do cooperado pelos meios

eletrônicos, sobra preocupação para os profissionais de segurança em Tecnologia da Informação (TI), que atuam nos bastidores para proteger os recursos mais valiosos de um negócio: dados e operações.

A área de TI da Unicred possui funcionários do próprio sistema e equipes terceirizadas, que juntos trabalham para prevenir, detectar, documentar e contra-atacar ameaças, se for necessário. “A segurança é fundamental. Em um mundo que passa por evoluções tão tempestivas, adotamos novas tecnologias e métodos para garantir a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade de nossos serviços e, assim, evitar o comprometimento dos dados”, garante o gerente de Segurança da Informação e Prevenção à Fraude da Unicred, Paulo Barbosa.

REDUÇÃO DE RISCOS

No início do ano, o CEO da Unicred, Fernando Fagundes, anunciou que a cooperativa planeja investir ao longo de 2019, recursos na ordem de R\$ 20 milhões, sendo a área de tecnologia uma das contempladas com o montante. Nos últimos anos, a cooperativa tem dispensado grande atenção à segurança e já utiliza diversos dispositivos para proporcionar aos cooperados um ambiente estável e protegido.

Paulo Barbosa destaca que um dos grandes desafios é confirmar se o acesso aos canais digitais é legítimo, correspondendo efetivamente ao dono da

conta. “Para isso, uma série de controles é colocada em operação. Durante 2018, implementamos o Unitoken, um código de segurança somente conhecido pelo cooperado, adicionando, assim, mais uma camada de proteção a cada operação”, revela.

Alinhado com os padrões de segurança utilizados pelas principais instituições financeiras do Brasil e do mundo, o Unitoken já é utilizado atualmente por cerca de 71 mil cooperados em todo o sistema Unicred e demonstrou resultados muito efetivos na redução de fraudes, trazendo as perdas a quase zero.

Barreiras tecnológicas

O uso do Unitoken soma-se a outros inúmeros dispositivos que integram a Política de Segurança da Informação da cooperativa. Um rigoroso processo de criptografia impede que as informações possam ser acessadas por outras pessoas de forma indevida. *Firewall* (dispositivo de segurança que monitora o tráfego da rede), segregação de redes e simulações de ataques também são formas de evitar invasões. “A internet proporciona muitas facilidades, porém é um ambiente de muitos riscos. O mercado como um todo, em especial as instituições financeiras, está evoluindo para oferecer um nível de proteção sempre maior. O próprio Banco Central exige cada vez mais segurança, através de suas resoluções, aproximando o Brasil da evolução tecnológica já vivida pelos países mais desenvolvidos”, frisa Barbosa.



CONFIRA
DICAS DE
SEGURANÇA



NOVO SITE

A Unicred lançou em fevereiro o novo *site* institucional, a ferramenta é um dos principais canais de comunicação com os mais de 207 mil cooperados. Mais *clean* e com uma navegabilidade mais intuitiva, a nova página da instituição expõe de maneira mais clara todos os produtos e serviços oferecidos pela instituição, oferecendo acesso a informações rápidas e objetivas. A nova versão também está disponível para *smartphones* e *tablets*.



SAMSUNG PAY

Os cooperados que possuem cartão Mastercard e um *smartphone* ou *smartwatch* da Samsung já podem usufruir do serviço de pagamento móvel. Com o Samsung Pay é possível fazer pagamentos sem o cartão, validando as compras por meio de senha (PIN) ou impressão digital, e graças à sua tecnologia é compatível com diversos terminais e aceito em quase todos os lugares que oferecem serviços de pagamento com cartão de crédito ou débito.

“Tecnologia, modelo de gestão, visão permanente no cooperado, redução de custos e capacitação dos colaboradores e dos cooperados estão no centro de nossas ações.”

Dr. Remaclo Fischer Júnior
Presidente da Unicred Central SC/PR

UNICRED CADA VEZ MAIS FORTE

DR. REMACLO FISCHER JÚNIOR

Médico pediatra, 60 anos, Dr. Remaclo Fischer Júnior conhece bem o movimento associativista, já que presidiu a Associação Catarinense de Medicina e a Sociedade Catarinense de Pediatria, além de ser ter sido vice-presidente da Região Sul da Associação Médica Brasileira. Em 2018, aceitou o convite para presidir a Unicred SC/PR, desafio respaldado pela experiência que adquiriu ao presidir por oito anos a Unicred Florianópolis. Contudo é na Medicina, uma de suas grandes paixões e ainda exercida plenamente, que encontra motivação para comandar a Central SC/PR, a primeira no *ranking* do sistema Unicred, que concentra mais de 72 mil cooperados. Sonhos, projeções e expectativas para o cooperativismo de crédito são revelados nesta entrevista exclusiva que foi concedida à jornalista Adriana Oliveira, na sede da entidade, em Florianópolis. Acompanhe.

O que o fez aceitar o convite para presidir a Unicred Central SC/PR?

É uma questão evolutiva. Acho que o forte convívio com os demais presidentes gerou uma relação de confiança. Não tenho dúvida de que todos tinham o mesmo preparo para exercer essa função e o que me deixou muito horado foi o consenso, não houve um enfrentamento de chapas. Nós temos um conselho formado pelos presidentes de todas as singulares e a gestão é compartilhada, então todos sentem que estão à frente comigo, eu represento cada um deles. Temos um grupo de trabalho que está muito conectado, cada presidente de singular opina, e nossas reuniões são frequentes para que a gestão seja de mãos dadas com os presidentes.

E a experiência na Unicred Florianópolis contribuiu?

O sucesso da Unicred Florianópolis é inegável, é a primeira cooperativa do sistema, uma das maiores do país, resultado do trabalho plantado desde o início, com o Dr. Quaresma, seguido pelo Dr. Jorge. Um misto de pro-

fissionalização com visão estratégica, visando ao cumprimento de metas e à satisfação dos cooperados. Trago a experiência do dia a dia, pois a cooperativa tem que ser vista como empresa. É preciso cuidar de cada centavo, ter meritocracia e otimizar custos. Devemos estar unidos, talvez este seja o segredo para evoluirmos.

Que balanço faz dos primeiros meses de gestão?

Existe um movimento forte e muito intenso de aproximação com as singulares, pois todas têm práticas que podem melhorar a gestão como um todo. Estamos caminhando para reduzir os custos das singulares e centralizar. A aprovação de projetos é feita com mais tempo, com o desenho compartilhado com as singulares, como os projetos de marketing, centralização administrativa e de crédito e melhoria da comercialização dos seguros. Estamos muito satisfeitos, pois há muita sintonia, a qual queremos ter também com a Unicred do Brasil, por meio de uma discussão forte sobre o papel dela, para que o cooperativismo se fortaleça.

Além da proximidade com as singulares, algum outro destaque?

Estamos fortalecendo nossa Central de Relacionamento e a Corretora de Seguros também está vindo. É um projeto de um ano, paralelo à centralização administrativa. Uma coisa muito forte já aprovada é o comportamento premium. Ficou claro que nosso nicho é a área premium e já fizemos agências com estas características e agora aprovamos também as fachadas para que as agências fiquem de acordo com este estilo.

É também uma mudança de comportamento?

Sim. Esta vai ser uma nova revolução. Nós temos um pacote fortíssimo de educação continuada para o colaborador, ancorado no comportamento premium. Ele vai ser formado para dar um salto de qualidade no atendimento, desde como receber, relacionar-se, identificar as necessidades, até como fazer a gestão dos recursos do cooperado, que precisa e quer apoio financeiro integral sobre seu patrimônio e investimentos. ►

É possível ter esta uniformidade?

A intenção é essa, mas feita de uma maneira extremamente democrática. Temos que ter a visão do dirigente de cada região, compreendendo as características locais. Determinado produto pode não ser necessário em uma região e ser imensamente bem recebido em outra. Nesse período, nós dobramos o tempo de nossas reuniões mensais, o que tem sido muito rico para evoluirmos propostas de uniformidade. Eu tive a oportunidade de fazer visitas às singulares, para conhecer o funcionamento de cada uma e já aprovamos a centralização administrativa. Tem ainda um piloto, projeto para um ano, referente à centralização da área de crédito.

Mais algum projeto?

Temos um curso de capacitação dos colaboradores, projeto de acompanhamento de marketing e temos também aprovada uma consultoria em inovação e tecnologia, com um profissional que vive fora do país, mas vai fazer uma consultoria permanente, um passo forte para nos aproximarmos tanto do cooperado, das fintechs e reforçar as soluções tecnológicas. Foi aprovado um novo modelo de relacionamento com nossas auditorias. A intenção é que o auditor detecte o problema e já indique soluções.

O que o senhor elegeu como foco da sua gestão?

FORTALECIMENTO. O mercado é altamente desafiador e nós ocupamos uma fatia muito pequena deste mercado que está em transformação e vai desafiar até as grandes corpo-

rações. Então, fortalecimento é a palavra, pois precisamos estar muito fortes, precisamos fazer diferente, ter soluções absolutamente competentes.

O cooperado é exigente?

Não digo que seja exigente, ele é diferenciado, tem um nível alto de escolaridade, boa renda, é bem informado, é disputado. Por isso ele precisa ser atendido de uma maneira global e competente. Aí entra o comportamento premium: decifrar este cliente, entender sua forma de pensar e fazer um diagnóstico.

E como está a Central de Relacionamento?

O nosso cooperado tem múltiplas necessidades, múltiplos horários, então a central preencheu uma lacuna, não para ser o principal, que deve continuar sendo feito pelo gerente de relacionamento. Hoje somos um case de sucesso, estamos com quase 80% das transações via digital, o que é altamente expressivo, assim, as agências estão voltadas mais para consultoria e relacionamento do que para transações.

O número de agências deve se manter assim?

Às vezes os cooperados não entendem por que abrimos agências, enquanto o setor está fechando. Porém, estamos crescendo e queremos ocupar mais espaço. Em Santa Catarina e no Paraná há áreas nas quais será preciso reduzir algumas agências, e em outras será necessário abrir novos espaços. Não existe um modelo único, é um raciocínio empresarial e setorializado, conforme a necessidade da região.

A intercooperação pode contribuir para fortalecer o sistema cooperativista?

Nós estamos inseridos em um meio fértil e agora é fundamental estarmos unidos, porque os desafios do mercado financeiro são imensos. Para tanto, precisamos reduzir custos, somar ativos, ter uma gestão empreendedora e parceria também com as demais cooperativas, como Unimed, Sicredi, Sicoob, Ailos e trabalharmos em conjunto e não em regime de competição. Mesmo o cooperativismo tendo nichos diferentes, precisamos somar esforços, porque a concorrência externa é muito grande.

E a Previdência?

Eu chamo a nossa previdência de joia da coroa. Já atingimos R\$ 3 bilhões de ativos e temos mais de 70 mil participantes. Foi um dos grandes feitos estratégicos da Unicred e hoje já extrapola o segmento cooperativo Unicred e está se transformando em um sistema de previdência cooperativo. O sistema Ailos, com 600 mil cooperados, já aderiu e estamos em negociações com o sistema Cresol e isso é um gancho para que os sistemas cooperativos conversem ainda mais em torno dos melhores produtos.

O que o cooperado que tem previdência ganha com isso?

Há ganho em escala, pois em uma instituição com o número de ativos mais expressivo, você otimiza o quadro funcional, baixa o custo administrativo imensamente e tem maiores oportunidades de investimentos.

Com relação à tecnologia, alguma novidade?

A tecnologia é um grande desafio de todas as corporações na área financeira, porque envolve segurança e inovação. Existem vários produtos em andamento, mas o carro-chefe é o depósito de cheques a distância. Você recebe um cheque no seu consultório e deposita via celular. Por incrível que pareça, os cheques ainda são muito utilizados. Estamos fazendo um trabalho de reforço da nossa segurança, de reavaliação do nosso TI, inclusive com o apoio de pessoas ligadas à área de inovação. Consideramos que a saúde da nossa tecnologia é fundamental, por isso estamos aprimorando mais a segurança da informação, segurança da tecnologia e estabilidade do sistema.

Como está o processo de ampliação da área de abrangência das cooperativas da Unicred SC/PR?

Já temos a liberação para novas ocupações no estado do Paraná. Esse vai ser um ano de definição estratégica. Estamos avaliando e negociando, pois as cooperativas catarinenses são muito fortes em ativos, administrativamente bem estruturadas e têm grande experiência na área da saúde, com um percentual do mercado expressivo, pré-requisitos básicos para contribuirmos em outras regiões.

Em relação aos investimentos, há novidades?

Nosso novo projeto já está pronto e por meio dele o cooperado vai ter acesso a um expressivo número de fundos, para que possa trabalhar com renda variável, fundos de investimen-

to ou ações. Esse segmento se tornou altamente agressivo, isso é mundial, houve um amadurecimento da nossa economia, queda de juros, queda de inflação, o que tornou um pouco menos atrativa a renda fixa tradicional. O nosso cooperado é diferenciado do ponto de vista de informações financeiras e tem maior renda, assim, ele é um alvo natural das corretoras. Passamos a disponibilizar produtos com a mesma característica, acoplados à consultoria, para que o cooperado se sinta seguro e tenha um suporte mais intenso.

Educação financeira é alvo de sua gestão?

Sim, estamos desenhando cursos para cooperados. Vamos também tentar viabilizar algumas capacitações junto ao Sebrae e visitamos o Sesc, com o objetivo de qualificação dos cooperados.

Que impactos acredita que o novo momento do país trará à cooperativa?

Na verdade, as primeiras movimentações dessa equipe econômica são extremamente promissoras. O governo se cercou de profissionais competentes, alinhados com o perfil liberal, com a intenção de ter um Banco Central com autonomia e uma política econômica que permita o incentivo e o aumento da produção e a redução da carga tributária e do custo do estado. São desafios gigantes para um país que foi acostumado a um comportamento quase socialista. É um processo de transformação desafiador. Mas continuo otimista.

E o que o cooperado pode esperar de sua gestão?

Primeiro, trabalho, muito trabalho. A responsabilidade é grande, é uma cooperativa cujas singulares ocupam um nicho muito especial e têm números muito favoráveis. O desafio é o fortalecimento, por isso queremos que as singulares participem cada vez mais das decisões da central e que a central participe das decisões da Unicred do Brasil. A gestão do dia a dia tem que ser empresarial, para termos os melhores resultados para o cooperado, porque ele é a razão da nossa cooperativa.

Especificamente em relação à Unicred União, que análise o senhor faz?

Eu parabeno muito os seus dirigentes, porque a mudança de rota tornou a Unicred União uma das cooperativas com maior potencial de crescimento para os próximos anos. Foi pavimentada uma nova trajetória e vejo que há um caminho maravilhoso, porque ela ocupa praças fortíssimas, então é uma de nossas apostas. Está com a sua gestão muito bem organizada e atendendo fortemente o cooperado, um conselho diretor coeso, vislumbro grande crescimento da Unicred União.

Está feliz com a missão?

Eu estou me dedicando muito para tentar atender às expectativas dos conselhos e dos cooperados. A central existe para servir as cooperativas e esse sentimento é cada vez mais forte. Trabalhamos para o fortalecimento, com o olhar permanente no cooperado.

FINANÇAS DE FORMA SIMPLES E DESCOMPLICADA

O mercado financeiro está em constante evolução e para muitos o assunto ainda é uma incógnita. Investimentos, taxas de juros, bolsa de valores, dólar, câmbio são temas que refletem na vida de todos e já que evitá-los é impossível, o melhor é aprender a usá-los a nosso favor.

Foi com o propósito de auxiliar as pessoas a administrarem seus rendimentos, por meio de decisões sábias e consumo consciente, que a Unicred SC/PR lançou, em fevereiro, o Programa de Formação em Finanças Unicred. A estratégia integra o Planejamento

Estratégico da cooperativa e vai atingir todos os públicos: cooperados, colaboradores e sociedade em geral.

Educação, Formação e Informação e Interesse pela Comunidade são princípios do sistema cooperativo. “Ao implantar o programa, a cooperativa assume seu papel de agente, permitindo que os indivíduos e as sociedades melhorem a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros e que assim possam desenvolver competências e valores necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e dos riscos”, argumenta o presidente da Unicred SC/PR, Dr. Remaclo Fischer Júnior.

Conhecimento ao alcance de todos

Para o público externo, os conteúdos poderão ser acessados no site www.suausaedefinanceira.com.br. O portal vai concentrar diversos conteúdos gratuitos, como vídeos educativos, notícias, artigos e cursos. A informação estará ao alcance de todos, com uma linguagem simples e temas atuais. Além disso, através do site, os cooperados terão acesso a cursos exclusivos e as escolas e universidades (públicas ou privadas) poderão solicitar o apoio da Unicred em suas ações de educação financeira.



FORMAÇÃO DE ESPECIALISTAS

Quando os membros de uma organização melhoraram a sua compreensão sobre o mundo, todos ganham. Por isso, ter colaboradores bem informados, capazes de contribuir de modo mais consistente para a formação de outros indivíduos é uma das premissas do sistema cooperativista. A Unicred sabe disso e todos os anos adota novas práticas para tornar seus colaboradores comprometidos com o futuro.

Com o Programa de Formação em Finanças, todos os colaboradores da instituição – independentemente de cargo ou atividade exercida – passarão

pela Trilha de Formação em Finanças – Nível 1. Já os profissionais das áreas comerciais, que atendem cooperados alta renda, terão uma formação ainda mais aprofundada na 1ª Escola de Negócios de Planejadores Financeiros Unicred.

Por fim, o profissional estará apto a aplicar métodos com padrões globais que aprimoram a qualidade da consultoria prestada, auxiliando o cooperado a mapear seu cenário financeiro e identificar as melhores alternativas para a realização de seus sonhos e projetos.



“Como uma instituição financeira premium, temos a consciência de nossa responsabilidade e os impactos provocados na vida financeira das pessoas. As ações deste novo programa vão contribuir para a formação de uma sociedade mais consciente e equilibrada financeiramente.”

Dr. Remaclo Fischer Júnior
Presidente da Unicred SC/PR

APERFEIÇOAMENTO

É CADA VEZ MAIOR NÚMERO DE COLABORADORES DA COOPERATIVA COM CERTIFICAÇÕES DO MERCADO FINANCEIRO

O mundo corporativo está em permanente evolução. Para ter uma carreira de sucesso ou manter-se por muito tempo em um mesmo emprego são necessárias muita dedicação e busca constante pela qualificação.

Nas instituições financeiras, por força de resolução, todos os profissionais que lidam diretamente com produtos de investimento precisam ser certificados e, para tanto, as entidades devem promover ações para que seus funcionários sejam habilitados em prova certificadora promovida por entidade de relevante capacidade técnica.

Os investimentos da Unicred União em cursos de capacitação e o incentivo à qualificação profissional dos colaboradores da cooperativa são constantes e têm

trazido resultados positivos, que refletem diretamente na ampliação da qualidade dos serviços oferecidos aos cooperados.

A cooperativa estimula a obtenção de certificações do mercado financeiro, como CPA-10, CPA-20 e CEA. No começo de 2019, a cooperativa já detinha um dos maiores índices de profissionais certificados do estado. Dos 105 colaboradores da singular, das áreas de negócio ou administrativa, 99 possuíam certificados da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (Anbima), principal entidade certificadora dos profissionais da área financeira, o que corresponde a 94% do quadro de funcionários.

Ter tais certificações alavanca novos conhecimentos, habilidades e atitudes e proporciona um grande diferencial competitivo na carreira.

DIVULGAÇÃO/SHUTTERSTOCK.COM.BR/PRESSMASTER

“A qualificação de nossos colaboradores é constante, pois é nosso compromisso elevar os padrões de atuação, para que o cooperado se sinta seguro ao saber que será atendido por quem realmente entende do assunto e que compreende suas necessidades.”

Marcelo Vieira Martins
Diretor executivo da Unicred União

EQUIPE AINDA MAIS ESPECIALIZADA

Em 2018, dez colaboradores da Unicred União conquistaram a Certificação de Especialista em Investimentos (CEA) desenvolvida e oferecida também pela Anbima e, desde então, integram o seletor grupo de colaboradores do sistema Unicred que possuem a certificação destinada àqueles que assessoram os gerentes de contas de investidores pessoas físicas e que podem indicar produtos dos mercados financeiro, de capitais

e de previdência complementar aberta, disponíveis na cooperativa.

A CEA é considerada a certificação mais avançada do mercado de varejo de produtos financeiros, já que contribui para elevar o nível de conhecimento dos profissionais que atuam nos mercados financeiros e de capitais, ampliando muito a qualidade dos serviços oferecidos ao público investidor.

NOVIDADE

VEM AÍ A
CAMPANHA

Cooperada

UNIÃO
2019

RELOJOARIA

A ARTE DE CONTAR O TEMPO, PELA ROLEX

O tempo parece não parar para a pioneira dos relógios de pulso. Desde 1905, quando foi criada em Londres pelo visionário Hans Wilsdorf, a marca vem se consolidando como símbolo de *status* e objeto de desejo.

Mas, mesmo que ainda não seja a hora certa para você adquirir um exem-



plar da marca considerada a “Porsche” dos relógios, é sempre bom reservar um tempinho para conhecer a trajetória da empresa responsável pela criação de exemplares raros, caracterizados pela excelência das peças que utilizam, bem como pelo *design*, sempre inovador e elegante.

UM NOME GENIAL

A criação do nome da marca é uma das histórias mais incríveis e cercada de mistérios. Hans Wilsdorf queria que seus relógios tivessem um nome curto, fácil de pronunciar e de memorizar em qualquer língua. Além disso, o nome deveria ter um visual atraente quando estampado nos mecanismos e mostradores. O próprio Wilsdorf conta que tentou combinar as letras do alfabeto

de todas as maneiras possíveis, obteve centenas de nomes, mas nenhum adequado. “Uma manhã, sentado no andar superior de um ônibus puxado por cavalos ao longo da Cheapside, em Londres, um gênio cochichou no meu ouvido: Rolex”, conta o idealizador da marca. Verdade ou fantasia, o nome tornou-se um dos mais conhecidos do mundo.



ROLEX

Primeiro relógio de pulso impermeável do mundo, o Oyster, e o mecanismo de corda automática equipado com rotor Perpetual.



GOSTOU?
CONTINUE
LENDO:



FOTOS: DIVULGAÇÃO/ROLEX.COM



IMPULSO MUNDIAL

Em 1919, a Rolex mudou-se para Genebra, cidade de renome internacional por sua tradição relojoeira. A Montres Rolex S.A. foi registrada em Genebra, em 1920 e foi lá que a marca ganhou impulso, tornando-se um ícone mundial. Desde sua fundação, é pioneira em tecnologia, como a desenvolvida em 1926, quando foi idealizado o Oyster, primeiro relógio de pulso resistente à ação da poeira e da água, fato que foi comprovado em 1927, quando a jovem nadadora inglesa Mercedes Gleitze fez a travessia do Canal da Mancha com um Rolex Oyster no pulso. A façanha durou mais de 10 horas e, ao fim, o relógio continuava a funcionar.

AUTOMÁTICO

Em 1931, a Rolex criou e registrou a patente do primeiro mecanismo de corda automática equipado com rotor Perpetual. Esse sistema engenhoso, verdadeira obra de arte, ainda hoje é o coração de todos os relógios automáticos modernos. O ano de 1945 assistiu ao nascimento do Datejust, primeiro relógio de pulso com cronômetro de corda automática a indicar a data em uma abertura no mostrador. É equipado com a pulseira Jubileu, concebida especialmente para ele, e com uma luneta canelada. Nos anos 1950, a marca dedicou-se aos relógios usados como instrumentos profissionais, com funções muito além da simples indicação das horas, concebidos para atividades profissionais, como mergulho, aviação, alpinismo e exploração científica. Esses e outros modelos profissionais criados nas décadas de 60, 70, 80 e 90 afirmaram o Rolex como relógio das grandes realizações, sendo utilizado em expedições ao Everest, em mergulhos em água profundas, iatismo, tênis e até na Fórmula 1.



TIME LINE
RELOGIOS
ROLEX



OS TRÊS ROLEX MAIS CAROS DO MUNDO

Em 2007, os relógios da marca foram considerados uma das 100 mais valiosas peças vendidas no mundo, mas desde o início de sua trajetória, a Rolex produz verdadeiras joias.



ROLEX 6100 CARAVELLE

O Rolex 6100 Caravelle é um relógio Oyster Perpetual em ouro amarelo de 18 quilates. Teve sua primeira edição em 1952 e caracteriza-se por ter segundos centrais e mostrador que descreve uma caravela. Um relógio particularmente raro que explica o preço de €43.905,30 (cerca de R\$ 182 mil, em valores atuais), alcançado em 2009, em um leilão no Antiquorum (Genebra).



ROLEX A 5029/5028

O modelo Rolex A 5029/5028, idealizado em colaboração com Marguerite Koch, é uma peça de ouro de 18 quilates datada de 1949, leiloadada pela Christie's em Genebra, em maio de 2014 por €112.434,00, o correspondente a atuais R\$ 476 mil.



ROLEX 6284 DUAS AMÉRICAS

O Rolex 6284 “Duas Américas” é um modelo feito pela marca em colaboração com Marguerite Koch. Foram produzidos seis exemplares em 1950 deste modelo que tem ouro amarelo de 18 quilates, cujo mostrador revela as Américas do Norte e do Sul. Um exemplar foi vendido em Genebra, em 2011, por €197.230,00 (cerca de R\$ 836 mil atuais).



PROXIMIDADE E ATENDIMENTO DIFERENCIADO

COOPERATIVAS INVESTEM EM RELACIONAMENTO PARA FIDELIZAR SEUS PÚBLICOS

Você liga para sua agência e ao invés de solicitar algum cartão, fazer um novo seguro, ou mesmo saber sobre novas linhas de crédito, você pede para reservar o auditório ou a sala de reuniões para um evento de sua empresa. Parece estranho, mas isso já é realidade nas agências do Paraná, da Unicred União.

Fazer negócios é, certamente, o foco principal da cooperativa, contudo, a oferta de serviços, como a disponibilidade do auditório ou sala da presidência, para que os cooperados possam se reunir com fornecedores e clientes ou mesmo fazer treinamen-

to de suas equipes é uma das apostas da agência Batel para cultivar a proximidade do atendimento e ampliar o relacionamento com seus públicos.

Em abril, a agência Batel completa três anos de operação e, desde então, o auditório sediou diversos eventos, como palestras, cursos e capacitações. O gerente do Paraná, Wesley Silva Bon reitera que a procura pelo espaço cresceu muito. “No ano passado, tivemos reuniões de cooperados relevantes, muitos, inclusive, da área de saúde, que buscaram o auditório para treinar suas equipes. Quem utiliza o espaço sempre elogia e avalia como muito importante ter esse tipo de apoio do seu parceiro financeiro”, atesta.

Em casa

Foi a proximidade que fez o radiologista Dr. Maurício Herman Hertz se cooperar à agência Batel da Unicred. O profissional diz que na cooperativa se sente em casa. “Quando preciso resolver algo, tenho acesso imediato ao meu gerente, o que certamente não acontece nos bancos comerciais. A comunicação é muito ágil e os processos são resolvidos rapidamente, sinto-me dono, de fato”, enaltece. Inúmeros são os benefícios gerados por uma cooperativa, contudo, lembra Wesley, os mais percebidos são os vínculos de relacionamento e a proximidade existente entre as pessoas. “Isso faz muita diferença, por isso queremos estar ainda mais perto do cooperado, oferecendo atendimento especializado e consultoria para resolver de maneira rápida e eficaz suas necessidades. Acreditamos que neste ano a utilização dos nossos espaços será ainda maior”, estima.



“A Unicred tem me ajudado bastante, tem contribuído muito com meus negócios. Percebo que na cooperativa todos ganham, há sobras, taxas mais baixas, atendimento personalizado. Por isso sou muito fiel à cooperativa e sugiro a todos que se cooperem, pois o sistema é muito produtivo.”

Dr. Maurício Herman Hertz
Cooperado desde 2017

NÚMEROS AGÊNCIAS PARANÁ (BATEL E PONTA GROSSA)



POSICIONAMENTO DA MARCA

Em dezembro, a agência de Ponta Grossa completou dois anos de operação. A unidade que atende a região dos Campos Gerais faz parte do plano de expansão da cooperativa para o Paraná.

As duas agências instaladas em solo paranaense têm também contribuído para fortalecer a marca da Unicred no estado. “Fizemos um trabalho muito forte de posicionamento de marca e hoje quando citamos o nome da cooperativa, ela já é reconhecida pelos seus diferenciais, há um entendimento das

vantagens de ser associado a um modelo comercial cooperativo baseado em valores e que prioriza o relacionamento duradouro”, ratifica o gerente Wesley Silva Bon.

E o desafio para alavancar uma receita sustentável é, justamente, mostrar ao cooperado que o sistema colaborativo é um bom negócio. “O resultado é proporcional à participação, por isso, quanto maior o envolvimento do cooperado, melhores serão os resultados obtidos por ele”, argumenta Wesley.



DIVULGAÇÃO: UAW.COM.BR/ADRIANO

FORÇA EMPREENDEDORA

O cooperativismo é importante instrumento de desenvolvimento e transformação empreendedora. Estudos demonstram que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é muito melhor em regiões nas quais as cooperativas têm forte presença do que o registrado em localidades onde modelo não é tão efetivo.

Para estar ainda mais próxima da comunidade e ampliar sua atuação, a Unicred vai fortalecer as parcerias com empresas locais do Paraná, com foco especial aos empreendimentos da área da saúde,

que podem obter financiamento para compra de equipamentos ou para formação de capital de giro com taxas muito mais competitivas.

Uma das molas impulsionadoras desta guinada deve ser a tomada de crédito que, com a volta da confiança na economia brasileira, tende a crescer. “Esperamos agora colher os resultados do trabalho realizado nos últimos anos. Apostamos que será um ano de muito sucesso e com muitas cooperações, especialmente da área médica”, prevê Wesley.

BALNEÁRIO CAMBORIÚ

CAPITAL CATARINENSE DO
TURISMO CONTA COM DUAS
AGÊNCIAS DA UNICRED

Ela é desejada, seja no inverno ou no verão. É o destino mais vendido em Santa Catarina pelas agências de turismo e figura na sexta posição como destino mais procurado do Brasil.

Essa é Balneário Camboriú, cidade que recebeu em 2017 mais de 4,2 milhões de turistas e que vive a expectativa de ser visitada também por um grande volume de turistas na temporada 2018/2019, haja vista a multidão que tomou conta da praia Central e das sacadas dos prédios da avenida Atlântica para acompanhar o show de fogos do Réveillon.

Os primeiros números divulgados pela secre-

taria de Turismo da prefeitura de Balneário Camboriú, no início de janeiro de 2019, indicaram um acréscimo em torno de 30% na quantidade de pessoas que visitaram a cidade durante as festas do final do ano. Os turistas ocuparam 97% dos 22 mil leitos oferecidos pela rede hoteleira.

O município respira turismo o ano inteiro, mas o fluxo de visitantes é maior de dezembro a abril, reforçado pela chegada de turistas do Mercosul e pelas pessoas da terceira idade, que vêm depois do verão. É uma indústria que gera emprego e renda para a cidade e para muitos moradores.

Construção civil avança a economia do município

Os impactos do crescente interesse pelo balneário são sentidos de forma bastante efusiva no ramo da construção civil. Para receber os novos moradores ou os veranistas que preferem ter um imóvel próprio na cidade, as construtoras investem na oferta de imóveis diferenciados, que atraem um público muito seletivo. Dados do Sinduscon indicam que o setor da construção civil injeta anualmente na economia do município cerca de R\$ 3 bilhões. A base de cálculo é o recolhimento do Imposto de Transmissão de Bens Imóveis (ITBI), cuja média nos últimos anos foi de R\$ 50 milhões ao ano. O segmento da construção civil é tão significativo que corresponde a 67% da receita tributária arrecadada no município e é responsável por 34% da arrecadação total da prefeitura.

SEGUNDA MELHOR CIDADE DO PAÍS PARA NEGÓCIOS

Os investimentos da cooperativa na cidade estão em franco desenvolvimento e os índices obtidos pelo município confirmam a aptidão para os negócios. Balneário Camboriú é a segunda cidade do Brasil em desenvolvimento social. É o que atesta o *Ranking* das Melhores Cidades para Fazer Negócios, realizado anualmente pela Urban Systems para a revista *Exame*, o estudo analisa o potencial de desenvolvimento

econômico dos municípios e identifica aqueles com as melhores oportunidades para se investir.

Em 2017, Balneário Camboriú estava em 3º lugar em desenvolvimento social. Em 2018, ficou atrás apenas de São Caetano do Sul (SP). O *Ranking* de Desenvolvimento Social mede o reflexo do desenvolvimento de negócios na cidade sobre a população local.



Se por um lado os grandes edifícios conferem à cidade um charme especial, uma identidade ímpar, que atrai investidores com enorme poder aquisitivo, por outro lado, a altura desses mesmos prédios causa um problema que incomoda os turistas: o sombreamento da orla da praia Central.

Com aspectos naturais exuberantes, dotada de infraestrutura hoteleira e comercial que atende a todas as necessidades, sejam elas de compras, gastronômicas ou de lazer, o balneário busca alternativas para minimizar os impactos gerados pela sombra produzida pelos edifícios, no início da tarde.

A solução já está a caminho. A expectativa é que ainda em 2019 seja iniciado o projeto de reestrutu-

ração da faixa de areia da praia Central, que consiste na colocação de 2,4 milhões de metros cúbicos de materiais trazidos de jazidas que ficam a cerca de 15 quilômetros da costa, mas que têm os mesmos componentes orgânicos existentes na faixa de areia.

Com a reestruturação, a praia Central terá um aumento de aproximadamente 60 metros da faixa de areia, em todos os 6,8 km de orla. Atualmente, há trechos com apenas 25 metros. Além do alargamento, a revitalização prevê a implantação de calçadão, área de estacionamento, ciclovia e pista de corrida, rampas de acesso à praia, recomposição vegetal e construção de núcleos para comércio e serviços. A construção do molhe do Pontal Norte também está prevista.

Investimento

A obra está orçada em R\$ 70 milhões e só a colocação dos sedimentos deve levar de seis a nove meses para ser concluída. Calcula-se que o tempo de vida útil do aterro seja de 100 anos. “Essa obra vai fazer com que a praia volte a ter a faixa de areia que tinha décadas atrás e criar as condições para que sejam mantidas as características desse cartão-postal de Balneário Camboriú. A praia é o atrativo principal do impulso turístico experimentado em nossa cidade, e é fundamental que busquemos reestruturá-la”, frisa o prefeito de Balneário Camboriú, Fabrício Oliveira.

GOSTOU?
ASSISTA AO
PROJETO



PRIMEIRO HOTEL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ

COMPLETA 90 ANOS

Quem passa pelo calçadão da avenida Central de Balneário Camboriú já deve ter percebido, ali, a poucos metros da areia da praia fica o hotel Miramar.

Mas, o que o hotel tem de tão especial? Além da excelente localização e infraestrutura, o hotel tem história. O Miramar foi o primeiro estabelecimento com a finalidade de hospedagem erguido no balneário, que naquele momento pertencia ao município de Camboriú.

Foi em 1928 que Jacó Schimidt, que era da região de Blumenau, construiu uma estrutura de madeira, no estilo enxaimel, que era utilizada pela família somente na alta temporada de verão. Nascia naquele momento o hotel do

Jacó, um pequeno e modesto empreendimento com poucos quartos e banheiro coletivo.

O hotel do Jacó foi um marco para a época, contudo naquele momento eram poucos os que se aventuravam a passar o verão na praia de Camboriú. “Ficava fechado a maior parte do ano, pois eram somente as pessoas mais próximas que vinham para a praia. Não tinha essa cultura do veraneio e a cidade também não oferecia qualquer tipo de infraestrutura para os visitantes”, conta o atual gerente comercial, Pedro Mário dos Anjos, que há 25 anos trabalha no Miramar.

Em 1934, o hotel ganhou o atual nome Miramar e ainda estava localizado à beira-mar, na atual avenida Atlântica, onde permaneceu até os anos 60.





NO CHÃO

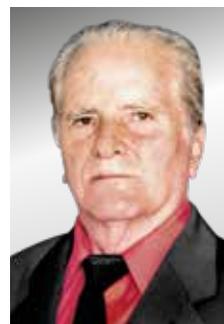
Da antiga estrutura restaram somente as lembranças e algumas fotos que retratam o charme e os costumes dos primeiros veranistas. No ano de 1960, a edificação de madeira, já com cerca de 30 anos, foi derrubada e deu lugar a um edifício residencial com 13 andares, também chamado Miramar. “Comercialmente, naquela época, era mais vantajosa a venda de apartamentos do que manter um hotel. Turismo não era negócio, não era financeiramente interessante,

por isso, não houve a preocupação de manter o hotel à beira-mar”, explica Pedro.

Dessa forma, também nos anos 60, o hotel Miramar foi erguido no terreno atrás do edifício de apartamentos. Era a primeira etapa de construção, que deu origem a um prédio de alvenaria, com oito andares e 119 quartos. Ainda naquela década – em 1964 – Balneário Camboriú emancipou-se de Camboriú, tornando-se mais um município catarinense.

Sob nova direção

Até a década de 70, o Hotel Miramar teve diversos grupos administradores, chegou, inclusive, a pertencer à rede Plaza de Hotéis. Era 1976 quando a família Rottili adquiriu o hotel. O patriarca Octávio Rottili (foto) era natural de Ajuricaba, no Rio Grande do Sul, no entanto, foi em Foz do Iguaçu (PR) que iniciou sua trajetória no ramo de turismo e hotelaria. Na cidade paranaense, foi proprietário de uma agência de viagens e de um hotel, os dois negócios foram vendidos e os recursos investidos na compra do hotel Miramar. Dessa forma, a família passou a se dedicar à atividade em Santa Catarina, inaugurando uma nova fase do empreendimento, marcada por investimentos que geraram crescimento e desenvolvimento do negócio.



VOCAÇÃO TURÍSTICA

Os anos 80 chegaram e trouxeram uma grande mudança de concepção, despertando o interesse dos turistas, em especial dos argentinos, que passaram a adotar o balneário como destino de férias. O turismo começava a ganhar impulso e era necessário acompanhar a evolução. Por isso, em 1991, começou

a construção de um novo prédio do hotel Miramar, com espaço para ampla recepção, salas de estar, lojas, restaurante, piscina, sauna e sala de jogos. A ampliação foi concluída em 1994, dotando o estabelecimento de infraestrutura adequada para receber a clientela, que crescia ano a ano.

TRANSIÇÃO

Paulo Adelar Vieira é o funcionário que há mais tempo atua no hotel e acompanhou de perto o desenvolvimento do turismo na região e também as transformações pelas quais o Miramar passou. Além da mudança estrutural, houve também alternância na gestão do hotel, que atualmente passa por uma transição natural e é, parcialmente, administrado pela terceira geração de Octávio Rottili. Os netos Cristiane Rottili Daguano Salles, Camila Rottili e Marcelo Rottili já atuam nas áreas administrativa e financeira do negócio da família, que, anteriormente, fora integralmente comandado pelos filhos de Octávio, Jane Maria, Luiz Delmar e Mário César.



HÓSPEDES FAMOSOS

Paulo trabalha há 40 anos no Miramar, começou como ascensorista, já que naquele início dos anos 80 o elevador tinha porta de ferro sanfonada e era preciso ter um profissional para operar o equipamento. “Comecei nesta função, depois fui mensageiro, garçom, até que me efetivei como recepcionista”, conta.

E na recepção do hotel, Paulinho, como é carinhosamente chamado, teve a satisfação de atender artistas como Fernanda Montenegro, Paulo Autran, Daniela Mercury, entre outros. “Não me lembro muito, mas já recebemos muita gente famosa aqui”, confirma.

O primeiro hotel da cidade completou 90 anos em 2018 e já deixou seu nome escrito na história. A pequena edificação de madeira hospedou os primeiros veranistas da região, pessoas que certamente não imaginavam o quanto Balneário Camboriú se transformaria, contudo, foram deles os primeiros rastros na areia, passos importantes que contribuíram para tornar a cidade a “Capital Catarinense do Turismo”.



UNICRED COMPLETA 23 ANOS

DE PARCERIA COM BALNEÁRIO CAMBORIÚ



Foi em 1996 que a Unicred chegou a Balneário Camboriú. Naquele momento, a cooperativa não tinha ainda três anos de funcionamento, mas percebeu o potencial da cidade, montando um Posto de Atendimento Cooperativo (PAC) em uma sala anexa à Unimed, posteriormente transferido para o terceiro andar do prédio da Clínica São Lucas.

Em 2008, a sede foi instalada em uma nova sala

no bairro Pioneiros e, desde então, a cooperativa mantém naquele bairro atendimento para cooperados de Balneário Camboriú e também de outras regiões, já que a cidade recebe muitos turistas.

A pujança da cidade, todavia, demandou a instalação de uma nova agência. Em 2013, foi inaugurada uma unidade na 4ª Avenida, espaço que em pouco tempo ficou pequeno para atender o crescente número de cooperados.



“A cooperativa está revolucionando ao adotar um conceito moderno. Gostei muito do novo padrão e tenho certeza que vai dar muito certo, pois a estrutura é muito adequada às nossas necessidades.”

Rodrigo Lerário Iervolino
Cooperado desde 2012



FOTOS: DIVULGAÇÃO/UAW.COM.BR/ADRIANO

NOVA SEDE: MODERNA E FUNCIONAL

Em 2018, a Uniced União deu mais um importante passo rumo ao fortalecimento dos laços que mantém com a cidade há mais de 20 anos.

No mês de outubro foi inaugurada a nova sede da agência 4ª Avenida, mais uma iniciativa da cooperativa em comemoração aos 25 anos completados em agosto daquele ano.

Com cerca de 300 m², praticamente o dobro da anterior, a nova sede tem área específica para caixas eletrônicos e para movimentações via *internet banking*, bem como dispõe de três pequenos escritórios. “Estamos denominando esse novo modelo de ‘agência Conceito’, no qual os cooperados serão atendidos pelos gerentes de relacionamento, com mais privacidade, podendo desfrutar de um espaço bem maior e mais indivi-

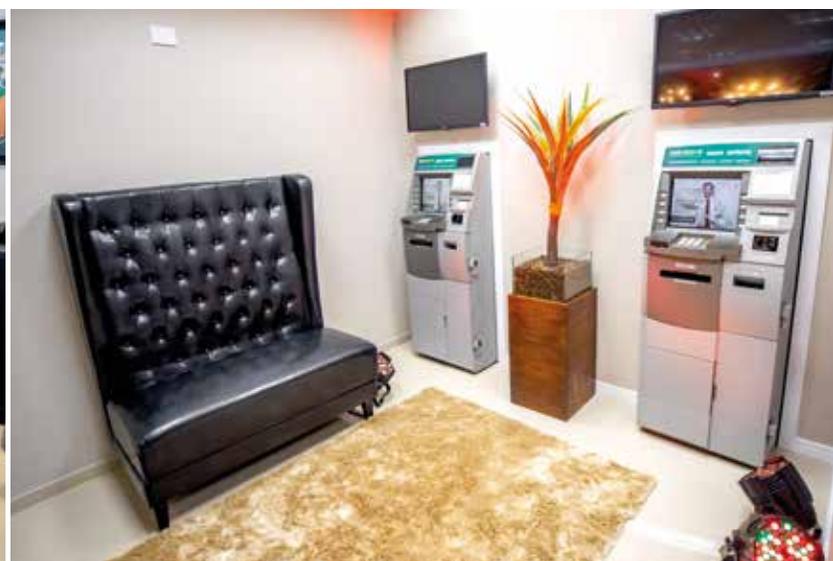
dual para realização de seus negócios”, destaca o presidente da Uniced União, Dr. Murilo Miguez.

E para que o cooperado possa se sentir ainda mais em casa, a nova agência oferece o Espaço Conexão e um auditório com capacidade para 30 pessoas, que será disponibilizado, sem custo, para os cooperados fazerem, por exemplo, reuniões de trabalho. “É um espaço com acesso independente que poderá ser utilizado fora do horário de abertura da agência. Com esses detalhes, queremos que as pessoas usem mais a infraestrutura das agências, que estão cada vez mais funcionais, acompanhando as tendências do mercado e atendendo às necessidades de nossos cooperados”, frisa o diretor executivo da Uniced União, Marcelo Vieira Martins.



“O espaço ficou muito bonito, confortável e muito funcional, já que poderemos usar, inclusive, o auditório para realizar treinamentos, entre outras atividades. Agradeço à cooperativa pela preocupação que tem conosco.”

Fernando Antônio Arruda Ramalho Lopes
Cooperado desde 2006



UNICRED CONSÓRCIO

O JEITO MAIS ECONÔMICO E SEGURO DE PLANEJAR O SEU FUTURO.



UM DOS MENORES
CUSTOS DO
MERCADO, E
MAIS CHANCES DE
CONTEMPLAÇÃO

**SEM
JUROS**

CARTAS DE
**IMÓVEIS E
VEÍCULOS**
COM DIVERSAS
FAIXAS DE VALORES

PARA AQUISIÇÃO
DE BENS
**NOVOS E
USADOS**

PRAZO DE ATÉ
200 MESES
PARA PAGAMENTO

EXPERIÊNCIA SERÁ O GRANDE DIFERENCIAL DA **AGÊNCIA DO FUTURO**

por **Marcelo Vieira Martins**
Diretor executivo da Unicred União



“É preciso contemplar toda a jornada do cliente, pois é a experiência que fará as pessoas irem ao banco no futuro.”

Com as novas tecnologias na palma da mão, uma questão tornou-se estratégica para as instituições financeiras e cooperativas de crédito do mundo inteiro: como serão as agências do futuro? Como muita gente prefere fazer depósitos, investimentos e outras transações bancárias na comodidade de sua casa, o volume de atendimento presencial tende a cair e a experiência do cliente na agência passa a ser um fator de diferenciação.

Antes de tudo, a agência do futuro precisa ter um *design* amigável e ser voltada para receber bem as pessoas. Ficou para trás aquele conceito “vou à agência para fazer um depósito ou aplicar”. É lógico que o ambiente deve estar preparado para gerar negócios, mas as pessoas precisam guardar boas lembranças da experiência de ir ao banco. É preciso focar em como receber as pessoas, como elas vão circular dentro da agência e de que forma oferecer a melhor consultoria financeira, garantindo a privacidade que o cliente espera.

A construção de um propósito é outro fator que atrai um público interessado e gera relacionamentos mais saudáveis. Saber, por exemplo, que uma instituição financeira apoia uma causa social e destina parte do seu resultado para melhorar o mundo é um diferencial muito importante para o cliente. Ao consumir um produto ou serviço, as pessoas estão cada vez mais engajadas coletivamente, e com um banco não é diferente. Dentro de um ambiente concorrencial, com múltiplas instituições oferecendo produtos e serviços semelhantes, é óbvio que o cliente vai optar por aquela com a qual se identifica.

Ao mesmo tempo em que se populariza, o peso da tecnologia tende a reduzir e o relacionamento faz a diferença. Com aplicativos e facilidades tecnológicas como terminais de autoatendimento e *internet banking* ao alcance de todas as instituições financeiras, a relação olho no olho torna-se ainda mais importante. Por tudo isso, mais do que apostar em diferenciais de *design* ou *layout*, a agência do futuro precisa fazer sentido para o ser humano. É preciso contemplar toda a jornada do cliente, pois é a experiência que fará as pessoas irem ao banco no futuro.

UM PROGRAMA NOTA 10!

Dez foi a nota que o Programa Unicred Cultural (PUC) recebeu dos professores das escolas por onde passou durante o ano letivo de 2018.

De março a dezembro, o programa atendeu 2009 crianças e adolescentes, público composto por alunos do 2º ao 9º Ano, de escolas públicas e por integrantes de entidades beneficentes. E por onde passou, o programa idealizado pelos colaboradores da Unicred União levou muita diversão e conhecimento, proporcionando aos estudantes acesso a atividades culturais que não estão inseridas nos currículos escolares.

Oficinas de música, artesanato, fotografia e cinema entretêm ao mesmo tempo em que educam. “A oficina foi uma novidade para os alunos, aguçou a curiosidade e o interesse pelo ritmo musical e eles perceberam que com o corpo e materiais alternativos podem produzir som no compasso de uma música”, explica Gisele Becker Wohl, professora do 3º Ano da escola municipal

Garibaldina Silveira Fuginaga.

Na unidade escolar da educadora Gisele, localizada em São Bento do Sul, foi ofertada a oficina de música para 75 alunos. As aulas são realizadas com materiais alternativos, como baldes plásticos. “Foi muito interessante, porque demonstrou aos alunos que não precisamos de instrumentos sofisticados para realizar atividades prazerosas. Eles ficaram inibidos no começo, depois se soltaram e se empenharam para extrair o som dos materiais que tinham e o resultado foi excelente”, avalia.

Na escola municipal Urbano Teixeira da Fonseca, de Guaramirim, 103 alunos do 4º Ano participaram da atividade e lá também a oficina de música ganhou nota máxima. “Foi excelente. A estratégia utilizada durante a oficina envolveu os alunos e agora esperamos que o projeto volte à nossa escola e possa ser estendido a todas as turmas”, solicita a professora Rúbia Schmitt.

Ao final da atividade, os alunos ganham brindes e ainda saboreiam um delicioso lanche.

“O PUC concretizou nosso desejo de fazer algo mais pelas comunidades nas quais estamos inseridos, alinhou os propósitos da cooperativa, aproximando-nos do 7º Princípio do Cooperativismo, que preconiza interesse pela comunidade. Agora, não é mais só um princípio, é um compromisso.”

Marcelo Vieira Martins
Diretor executivo da Unicred União





MAIS CONHECIMENTO

No primeiro ano do programa, em 2016, foram realizadas nove oficinas, a maioria de artesanato, que atenderam 406 estudantes da rede pública de Santa Catarina. No ano seguinte, 796 alunos participaram das atividades, que tiveram como foco as oficinas de música. Foi em 2017 também que as ações se estenderam ao Paraná, com ações no Centro de Educação Infantil Padre Francisco Meszner, de Curitiba

e na Escola Caminho do Saber, de Ponta Grossa. Desde junho de 2016, quando foi realizada a primeira atividade na escola estadual Jorge Lacerda, de Joinville, o programa atendeu cerca de 3,2 mil pessoas.

Em 2019, as oficinas iniciam em abril e a novidade é que as ações serão estendidas também aos filhos de cooperados e cooperadinhos, levando assim mais conhecimento e entretenimento para todos os públicos.



CRÉDITO IMÓVEL

O CRÉDITO
QUE VOCÊ QUERIA

chegou

NA UNICRED.

Agora você pode contar com a Unicred na hora de realizar mais um grande sonho. Com o novo Crédito Imóvel, você adquire um imóvel com as melhores condições do mercado e ainda pode ficar tranquilo com a proteção do Seguro Residencial Unicred.

QUER SABER MAIS SOBRE O CRÉDITO IMÓVEL UNICRED?
CONSULTE O SEU GERENTE DE RELACIONAMENTO.

 UNICRED.COM.BR/UNIAO

UNICRED 

DEBRIJO SUL

PREVIDÊNCIA CORPORATIVA

MODALIDADE PODE TRAZER VANTAGENS TANTO PARA O FUNCIONÁRIO QUANTO PARA A EMPRESA

A Proposta de Emenda à Constituição (PEC), que estabelece as novas regras da aposentadoria, ainda não tinha sido encaminhada ao Congresso Nacional quando o fisioterapeuta, Yuri Currilin Goss tomou uma importante decisão: fazer um plano corporativo de previdência privada para seus sócios-colaboradores. A reforma da previdência é um dos temas mais importantes discutidos no Brasil atualmente. Não poderia ser diferente, afinal, vai interferir na vida de todos os cidadãos brasileiros, sobretudo aqueles que ainda não se aposentaram. E Yuri sabe disso. Com 44 anos de idade e cooperado do sistema Unicred desde 2003, o fisioterapeuta ainda terá que trabalhar por muitos anos para ter direito ao benefício da previdência social. Por isso, há 10 anos aderiu ao Precaver, o plano de previdência fechado do sistema Unicred, que agora também será estendido às pessoas que atuam na mais recente clínica de fisioterapia do grupo, a Vitale, de Itajaí.

ABRANGÊNCIA NACIONAL

O Precaver Corporativo foi lançado no ano passado pela Quanta Previdência, entidade criada há 15 anos e que já administra um patrimônio de R\$ 3 bilhões. Inicialmente disponível às singulares do sistema Unicred SC/PR, neste ano o plano passou a ser ofertado nacionalmente e tem correspondido aos anseios de pequenas e médias empresas, por ser um modelo flexível e inovador no mercado, permitindo que juntos, organizações e funcionários construam um futuro melhor.

Yuri conta que o futuro das pessoas que trabalham com ele é uma preocupação constante. “São cerca de 70 profissionais em cinco empresas que administro, e, para a maioria, mensalmente, contribuimos com um valor depositado em conta

e confiamos que o colaborador aporte em sua previdência. Mas, esse é um compromisso dele, com o futuro dele”, atesta Yuri.

Nesta nova modalidade que será oferecida a 22 profissionais da Vitale Fisioterapia Hospitalar, o repasse será diferente. A empresa vai depositar um valor mensal no próprio plano, garantindo assim que os recursos sejam integralmente destinados à aposentadoria privada, formando uma reserva previdenciária individualizada e rentabilizada no mercado financeiro. “Achei esse formato mais adequado, porque os valores ficarão atrelados ao plano e mesmo que o funcionário se desligue da empresa, poderá continuar fazendo os aportes ou efetuar o resgate, conforme o período de carência”, pondera Yuri.

Projeção

Ao aderirem ao Precaver, os profissionais da empresa Vitale terão acesso a um modelo eficiente para acumular juros compostos no longo prazo, já que a previdência não possui nenhuma forma de tributação durante a fase de acumulação, tem baixa taxa de administração e boa performance, gerando assim um saldo acumulado superior a outras formas de investimentos. Inicialmente, a empresa aportará R\$ 50,00 mensais no plano e por terem uma idade média de 30 anos, as projeções indicam que esses profissionais terão aos 65 anos de idade um saldo acumulado de R\$ 200 mil.



“As projeções indicam que eles terão um rendimento interessante quando se aposentarem e isso poderá influenciar muito na qualidade de vida destes profissionais. Estou muito satisfeito por poder colocar em prática essa iniciativa que considero um importante compromisso e uma forma de demonstrarmos nossa responsabilidade social.”

Yuri Currilin Goss
Cooperado do sistema Unicred desde 2003



REDUÇÃO DA CARGA TRIBUTÁRIA

As contribuições da empresa podem ser deduzidas do Imposto de Renda, pela modalidade Lucro Real, com desconto de até 20% em relação à folha salarial dos funcionários que têm o plano.



SEGURANÇA AOS COLABORADORES

Plano de previdência com baixas taxas e com modelo de conta individual, administração previdenciária personalizada e econômica.

SEU FUTURO NA PALMA DA MÃO

Desde outubro de 2018, os participantes do plano Precaver estão utilizando o Quanta Mobilie. Repleto de funcionalidades, o aplicativo permite consultar saldos, extratos, rentabilidade, fazer simulações e aportes, alterar contribuição e obter informe de rendimentos. A ferramenta pode ser adquirida no App Store ou Google Play.



DIVULGAÇÃO: SHUTTERSTOCK.COM/JIRSAK



MOTIVAÇÃO E MAIOR FIDELIZAÇÃO

Fortalecimento da imagem corporativa e reforço do vínculo trabalhista com o funcionário, captando e retendo talentos.



SEM RISCO TRABALHISTA

As contribuições previdenciárias não integram o contrato de trabalho, podendo ser suspensas ou modificadas.



SIMPLICIDADE

A empresa poderá fazer aportes, sem ser uma patrocinadora com responsabilidades legais sobre o plano.



VOCÊ JÁ IMAGINOU TER UMA **CASA LUXUOSA** EM ALTO MAR?

Ter uma embarcação de luxo é o sonho de muitos. E a possibilidade de embarcar em uma verdadeira obra de arte flutuante tornou-se maior com a instalação da Azimut Yachts em solo brasileiro.

Com matriz na Itália e operando em 70 países, a única fábrica do Grupo Azimut - Benetti fora da Itália fica no Brasil e está bem próxima dos catarinenses.

Em 2010, a marca inaugurou uma unidade de produção na cidade de Itajaí (SC). Na filial brasileira, fabrica embarcações de 40 a 100 pés. O galpão erguido em uma área total de 35 mil m² é uma verdadeira fábrica de sonhos. Aos poucos, materiais como fibras, tecidos, couro, madeira se misturam de forma harmônica à tecnologia inovadora, originando verdadeiras joias.

Atualmente, 30% da matéria-prima utilizada na construção dos iates em território nacional, e que segue rigorosamente os padrões da matriz italiana, é fornecida por empresas do Brasil, especialmente fibra de vidro, teca e inox. Além dos mais de 400 colaboradores diretos que atuam em Itajaí, 150 fornecedores são envolvidos no processo, bem como cerca de 300 empresas brasileiras estão ligadas à assistência técnica, serviços e pós-vendas dos iates da marca.

O grupo que completa 50 anos de história neste ano, em 2018, foi reconhecido em Cannes como Estaleiro do Ano, pelo modelo de gestão estratégica com foco em inovações e qualidade nos produtos e pelo 18º ano consecutivo pelo Global Order Book – publicado pela Show Boats – como a maior produtora de iates de luxo do mundo.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/AZIMUT YACHTS

REQUINTE E TECNOLOGIA

Ao contrário da economia brasileira que quase naufragou, o mercado náutico deslanchou, nos últimos anos, motivado por um público exigente, que deseja os megaiates.

Um exemplo é a embarcação de quase 19 metros de comprimento, Azimut 62. Lançada em 2018, durante o Salão Náutico na capital paulista, a elegante “casa sobre as águas” já tem encomendas até 2020.

Com desenho externo concebido pelo renomado profissional, Stefano Righini, o iate com mais de 150 m² de área útil é uma verdadeira mansão no mar. O interior sofisticado também assinado por um dos maiores arquitetos de luxo do mundo, o italiano Achille Salvagni, possui três espaçosas suítes, *lounges* externos privados e com *layouts* personalizáveis, características inéditas em um barco desta dimensão, móveis exclusivos feitos por artesãos italianos e alta tecnologia com sistema que se adapta ao perfil do comandante e às condições do mar.

O modelo começou a ser produzido no Brasil no início de 2018 e já se tornou uma das grandes apostas da empresa, para manter o mercado de iates de alto luxo em franco desenvolvimento.

Design inovador, imponência, requinte, desempenho e tecnologia se unem dando origem a embarcações desenvolvidas especialmente para agradar um público exigente e seletivo.





MAIOR IATE DE LUXO DO PAÍS FOI CONSTRUÍDO EM SANTA CATARINA

Foi na fábrica de Itajaí que a Azimut Yachts construiu o maior iate de luxo produzido em série no país: a Azimut Grande 30 Metri. O gigante de 30 metros, o equivalente a 100 pés, surpreende pela grandiosidade aliada à excelência construtiva italiana em *design*, conforto, tecnologia, móveis e acabamentos. São mais de 350 m² de área, dividida em três pavimentos, com direito a cinco suítes, cozinha, sala de estar e jantar, *jacuzzi* na área externa (*flybridge*) e amplos espaços.

Para a construção do modelo foi necessária a am-

pliação da fábrica em mais de 4 mil m², qualificação de mão de obra junto à matriz italiana e contratação de novos colaboradores. “Foram diversos os reflexos gerados para atender esse público A+++.” A Azimut Grande 30 Metri é um marco para o mercado náutico brasileiro e um impulso para a cultura de megaiates no país”, avalia o CEO da Azimut do Brasil, Davide Breviglieri.

O megaiate levou 18 meses para ficar pronto e foi entregue no final de 2018 para um empresário brasileiro. Outros dois já estão em fase de produção em Itajaí.



***Autênticas joias, desvendam o mar
diante de nossos olhos e nos levam lá
onde o céu e o mar se encontram, nos
tornando livres para experimentar o
oceano em toda sua plenitude.***



**GOSTOU?
CONTINUE
LENDO:**



EXPORTAÇÃO TAMBÉM É FOCO DA EMPRESA

E engana-se quem pensa que as embarcações produzidas em solo catarinense navegam somente pela costa brasileira. Além do bom desempenho das vendas no país, mantêm-se aquecidas as negociações com o mercado internacional, em especial, os Estados Unidos.

Entre 2017 e 2018, quase 50% da produção no Brasil foi direcionada ao exterior e, dessa fatia, cerca de 90% foi para os Estados Unidos. A filial brasileira também já abriu outros mercados, com vendas realizadas para os Emirados Árabes e Europa e para países da América Latina como Paraguai e Colômbia.

Além do modelo de gestão, a aceitação cada vez mais expressiva também se justifica pelo fato da filial produtiva brasileira acompanhar a evolução da matriz italiana. A gama de produtos fabricados no Brasil, que foi completamente renovada em 2018, segue os mesmos padrões italianos, com uma média de dois lançamentos anuais no país. “Clientes da marca que já estão no mercado náutico buscam por constantes novidades, atualizações de modelos e embarcações cada vez maiores. O crescimento das vendas nos faz ter ótimas expectativas também com relação ao mercado brasileiro”, menciona Davide Breviglieri.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/AZIMUT YACHTS

PROCURANDO UM IMÓVEL PREMIUM?

ACESSE



BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC



VITRA
by pininfarina

- 03 VAGAS DE GARAGEM
- 02 APARTAMENTOS POR ANDAR
- SISTEMA DE SEGURANÇA INTERNO
- 04 SUÍTES, SENDO 01 COM HIDROMASSAGEM
- HALL DE ENTRADA MOBILIADO E CLIMATIZADO

La cittàà
by pininfarina

- 04 APARTAMENTOS POR ANDAR
- 04 DORMITÓRIOS (2 SUÍTES E 2 DEMI-SUÍTES)
- ÁREA DE LAZER 3.747,91M²
- PRÓXIMO A HOSPITAL E SHOPPINGS
- A 700 METROS DO MAR

AZZURE
RESIDENCE

- APARTAMENTOS COM 4 OU 3 SUÍTES
- DECK COM PISCINAS ADULTO E INFANTIL
- SALA DE JOGOS, BRINQUEDOTECA, ACADEMIA
- SALÃO DE FESTAS, TERRAÇO DESCOBERTO
- 04 SUÍTES, SENDO 01 COM HIDROMASSAGEM

www.godoyimoveispremium.com.br
contato@godoyimoveispremium.com.br



47 41088207

Godoy
47 997641732

Ariadne
47 997776969

Godoy
Imóveis Premium



CONTEMPLAR SEU SONHO

FICOU AINDA MAIS FÁCIL

 ginecologista Dr. Nataniel Virmond, de Mafra, já sabe o que vai fazer com o valor da carta de crédito do consórcio que fez na Unicred: vai comprar um imóvel. Cooperado da Unicred União desde 2008, o médico diz que foi a primeira vez que fez um consórcio e para surpresa, em poucos meses, foi sorteado. “A gerente da minha agência me explicou as vantagens do produto e resolvi fazer. Pouco tempo depois, fui contemplado”, comemora.

Mas, Dr. Nataniel não tem pressa, por isso, optou por deixar o dinheiro rendendo na própria administradora do consórcio, a Porto Seguro, que não estipula prazo para uso da carta contemplada.

E essa é apontada também como uma grande vantagem do consórcio que a Unicred passou a oferecer aos cooperados desde 2016: se não utilizada, a carta de crédito oferece rendimentos de 100% do CDI aproximadamente (líquido próximo a 80%), sobre o valor total da carta, o que torna o produto um investimento interessante para quem não necessita do dinheiro naquele momento.

Para o cooperado de Mafra, o produto tornou-se um grande aliado, já que o médico terá tempo e tranquilidade para escolher um imóvel adequado. “E como terei o dinheiro para pagamento à vista, certamente, vou ter maior poder de negociação”, analisa Dr. Nataniel.



“Nunca tinha feito consórcio antes e o da Unicred foi criado no momento certo. Estou muito satisfeito, ainda mais que tive a sorte de ser contemplado rapidamente. Era um produto que faltava na carteira da cooperativa e vai me ajudar na compra de um novo imóvel.”

Dr. Nataniel Virmond
Cooperado desde 2008



MERCADO BILIONÁRIO

E o brasileiro tem mesmo contemplado o produto. De acordo com levantamento da assessoria econômica da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), de janeiro a novembro do ano passado, o volume de negócios chegou aos R\$ 96,32 bilhões, contra R\$ 93,31 bilhões (jan.-nov./2017), um crescimento de 3,2% no período. Em novembro de 2018, foi batido o recorde mensal de vendas no ano: 249 mil novas cartas comercializadas, 10,6% do total em um único mês. Com esses números, o consórcio atesta sua importância como alternativa de planejamento econômico para aquisição de bens e formação de patrimônio.

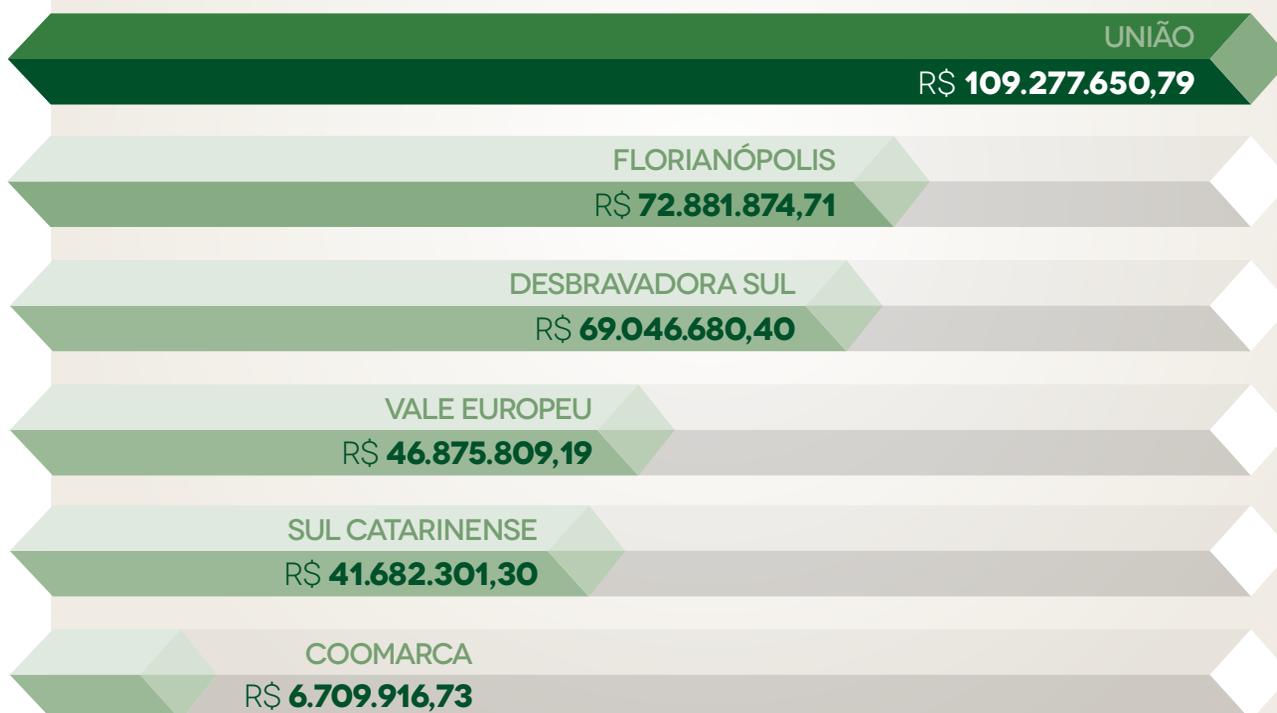
E, no que depender dos cooperados da Unicred,

essas cifras não vão parar de crescer. Em 2017, os cooperados da Unicred SC/PR adquiriram 535 cartas, já em 2018, foram 1.231, o crescimento de 130% superou as expectativas dos dirigentes da cooperativa. “A adesão foi surpreendente, houve uma identificação por parte do cooperado, que percebeu que as taxas são muito atrativas em relação às linhas de crédito e há também a expectativa pelo sorteio para obtenção do recurso. Havia um segmento ávido por esse modelo, por isso obtivemos números bem significativos. Creio que é um pilar que veio para ficar”, aposta o presidente da Unicred Central SC/PR, Dr. Remaclo Fischer Júnior.

UNICRED UNIÃO É LÍDER EM VENDAS DE CONSÓRCIO

Dentre as singulares do sistema Unicred SC/PR, a Unicred União é disparada a que mais comercializou o produto até agora. Desde o lançamento, em 2016, os cooperados da singular já adquiriram mais de 500 cartas, somando, até fevereiro de 2019, R\$ 109,2 milhões em crédito. O volume vendido pela Unicred União é quase o dobro da segunda colocada – Unicred Florianópolis – que no mesmo período comercializou R\$ 72 milhões. A Unicred União vendeu em 2018, 283 cartas e até o início de 2019, 28 cooperados da singular haviam sido contemplados com cartas de crédito para aquisição de imóveis ou veículos.

CARTEIRA DE CRÉDITO DAS SINGULARES UNICRED SC/PR



Dados consolidados até 10/02/2019.

TOTAL GERAL: R\$ 346.474.233,12



PRODUTO É UMA ÓTIMA OPÇÃO
ATÉ PARA AQUISIÇÃO DE



CARROS DE LUXO



Não é de hoje que o segmento de consórcio vem se reinventando. Nos últimos anos, o produto, até então adquirido em grande parte pela classe B, passou a ser também alternativa para a classe A. Em apenas um ano, o volume de clientes com renda mais elevada que aderiu ao consórcio praticamente dobrou, passou de 4%, em 2017, para 7%, em 2018, o que demonstra que, independentemente da classe social, o consórcio é uma ótima forma de obter recursos e driblar os momentos de crise econômica.

Os clientes com grande poder aquisitivo usam o mecanismo para adquirir ou trocar veículos de maior valor, como carros esportivos, picapes e SUV. Taxa de administração menor que os juros,

possibilidade de escolher o veículo que quiser com o crédito obtido e ausência de entrada, que pode ser utilizada como lance para antecipar a compra, são vantagens percebidas também por quem quer um bem mais valioso.

Assim, com cartas que variam de R\$ 150 mil a R\$ 300 mil, os clientes podem adquirir automóveis de marcas como Mercedes Benz, Land Rover ou BMW, com prazo de até 120 meses.

Para dirigir um carro de luxo de R\$ 150 mil, por exemplo, o consorciado pagará 120 parcelas mensais de cerca de R\$ 1.500,00. Já para obter uma carta para compra de um veículo em torno de R\$ 300 mil, as 120 parcelas giram em torno de R\$ 2.900,00.

Pesados no tamanho, mas não no bolso

A mesma modalidade de consórcio dos carros de luxo pode ser utilizada para a compra de veículos pesados e maquinários agrícolas. Com o crescimento da produção e o reaquecimento da economia, a procura por caminhões, ônibus, tratores e implementos agrícolas aumentou e o consórcio tornou-se uma oportunidade para quem quer expandir os negócios com planejamento e segurança. Com o produto, o empresário consegue ampliar a frota e até organizar ou aumentar a produtividade por meio da modernização de veículos e maquinários. Parcelas a partir de R\$ 1.500,00 podem ser pagas também em até 120 meses e nelas está incluído o seguro de vida sobre saldo devedor de 0,035%. Não há custo de adesão e a taxa de administração é de 14%. Todos os grupos são gerenciados pela Porto Seguro, parceira da Unicred na comercialização de consórcios.



SAÚDE

CONTEMPLADA

Segundo dados do Instituto Nacional de Câncer (INCA), no Brasil, em 2018, 282 mil mulheres foram diagnosticadas com algum tipo de câncer. O de mama, com cerca de 60 mil novos casos, ocupa o primeiro lugar da lista, seguido pelo de cólon e reto, com 18.980 novos diagnósticos e pelo câncer de colo do útero, que aparece em terceiro lugar, com 16.370 novos casos registrados.

O diagnóstico precoce ainda é o melhor caminho para evitar a mortalidade causada pelos diversos tipos da doença, por isso, a atuação de instituições como a Rede Feminina de Combate ao Câncer é fundamental. Para apoiar as ações realizadas pela entidade, a Unicred União vai doar 0,1% das vendas de consórcio para a Rede Feminina de Combate ao Câncer das cida-

des nas quais a cooperativa possui agência.

A campanha iniciou em janeiro, vai vigorar até outubro e a entrega dos valores, proporcionais ao volume comercializado em cada agência, ocorrerá em novembro. Se forem atingidas as metas definidas para cada uma das 18 unidades da cooperativa, será possível oferecer atendimento a até 5 mil mulheres. “O cooperado aderiu muito ao consórcio, porém, neste ano, esperamos aumentar o volume de cartas vendidas para que, com o nosso apoio, as redes femininas das doze cidades nas quais atuamos possam oferecer esse importante trabalho a um número ainda maior de mulheres”, pontua o diretor executivo da Unicred União, Marcelo Vieira Martins.

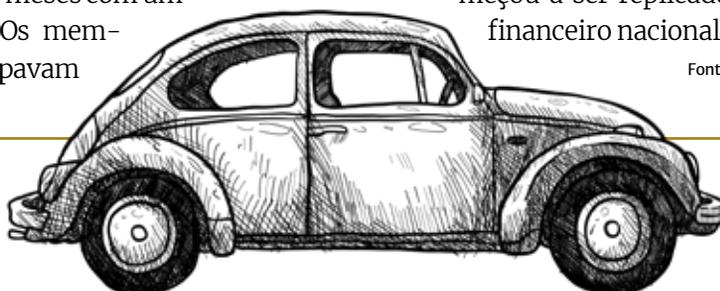


VOCÊ SABIA?

O consórcio é uma invenção brasileira. Isso mesmo, o produto foi criado em 1961, por dois funcionários do Banco do Brasil, para atender às necessidades das famílias que chegavam a Brasília. Luiz Henrique Horta e João Francisco Costa Meirelles montaram um grupo de pessoas que contribuía todos os meses com um determinado valor. Os membros do grupo participavam

de um sorteio e o ganhador levava o carro. Apenas um modelo de automóvel era entregue pelo consórcio: o Fusca, da Volkswagen. A ideia deu tão certo que os criadores do consórcio chegaram a administrar 700 grupos, cada um com dezenas de participantes. Em pouco tempo, o modelo começou a ser replicado e virou um produto financeiro nacional.

Fonte: <https://economia.estadao.com.br>



A longevidade trouxe uma nova perspectiva para todos. Ganhar mais anos para viver muda muita coisa. Por isso, é importante se planejar para um futuro tranquilo e com qualidade de vida.

A Unicred possui o maior Plano de Previdência Privada Instituído do Brasil, o Precaver. O Plano tem mais de 65 mil participantes, alcançando a marca de 2,8 bilhões em recursos administrados com segurança, rentabilidade e uma das menores taxas do mercado.

Esse excelente Plano também foi estendido para as empresas com o Precaver Corporativo. Dessa forma, elas podem agregar um grande valor aos benefícios de seus colaboradores. Empresas e funcionários escolhem quanto desejam contribuir, formando uma reserva previdenciária individualizada para proporcionar a conquista dos mais diversos projetos de vida.

Com o Precaver Corporativo, o empresário colabora financeiramente com a previdência complementar de seus funcionários, beneficiando a empresa com uma equipe mais fidelizada e um clima organizacional positivo, além das possibilidades de economia fiscal.

PRECAVER CORPORATIVO: O PLANO DE PREVIDÊNCIA QUE GERA VALOR.

Procure seu gerente Unicred.

www.precavercorporativo.com.br



PRECAVER
CORPORATIVO

UNICRED 



MAIOR RESIDENCIAL

DO BRASIL ESTÁ EM SANTA CATARINA

Do alto do 68º andar, já dar para ter uma ideia da magnitude do Yachthouse. Lá de cima, fica até difícil saber se é céu que toca o mar, ou se é o mar que banha o céu.

O maior prédio residencial do Brasil e também as maiores torres gêmeas da América Latina, em plena construção em Balneário Camboriú, de fato, impressionam os que visitam o interior, bem como encantam os que apreciam da orla o andamento da obra.

Em março de 2019, 75 andares já estavam erguidos e quando ficarem prontas, as torres serão mais uma atração da Barra Sul, tornando-se mais um imponente ícone arquitetônico, contribuindo para consolidar a arrojada vocação imobiliária da cidade já apelidada de Dubai brasileira.



GOSTOU?
CONTINUE
LENDO



IMAGENS: DIVULGAÇÃO, NAAV, COM, BR

CONCEITO ÚNICO E DESIGN SURPREENDENTE

O estúdio de *design* Pininfarina, reconhecido internacionalmente como símbolo do estilo italiano, assina o projeto arquitetônico do empreendimento. Há 80 anos, a Pininfarina atua no desenvolvimento de projetos para marcas como Ferrari, Maserati e Rolls Royce. Agora, todo o conhecimento concentrado no *design* e engenharia de luxo para carros, iates e móveis se estende, com o mesmo prestígio, ao universo da construção civil e poderá ser reconhecido nos traços elegantes e linhas dinâmicas do Yachthouse. O projeto evidencia a paixão pelo universo náutico, por isso, a fachada transmite dinamismo e movimento, representados por uma quilha apontada em direção ao mar. Dos apartamentos com paredes de vidro é possível ter uma vista magnífica do mar, da Mata Atlântica e do rio Camboriú, paisagens de tirar o fôlego.

SEGURANÇA E ALTA PERFORMANCE

Os trabalhos iniciaram em 2012 e foram necessários quase dois anos de fundação, sendo oito meses de estudos para analisar o terreno e determinar a profundidade das vigas que penetraram 35 metros no solo. Só na fundação foram utilizados mais de 10 mil m³ de concreto. Pilares, vigas e lajes executadas em concreto armado e enrijecimento da estrutura através de dois pavimentos denominados Outrigger, em cada torre, garantem a segurança. O empreendimento contará com 17 elevadores de alta performance, sendo cinco em cada torre, com velocidade de 6 metros por segundo, acionados por biometria.

NÚMEROS DO MAIOR RESIDENCIAL DO PAÍS

274

METROS DE ALTURA

2

TORRES COM 81 ANDARES

264

APARTAMENTOS

6

SALAS COMERCIAIS

1125

VAGAS DE GARAGEM

10 MIL

M² DE ÁREA DE LAZER

3

RESTAURANTES

7

PISCINAS

2

HELIPONTOS

CREDITO PESSOAL

COMECE O ANO
FAZENDO UM

grande negócio

Você não precisa utilizar o seu patrimônio para iniciar o ano.
Com o Crédito Pré-aprovado da Unicred, você aproveita as melhores condições do mercado e ainda aumenta a sua participação nas Sobras.

CONSULTE EM



INTERNET BANKING



APP



O QUE ESPERAR DE 2019?

O ano de 2019 promete ser bastante desafiador para alocação de recursos, visto que o ambiente internacional passa a contribuir menos, com o fim de uma década de injeção de liquidez pelos bancos centrais de países desenvolvidos.

Já no Brasil, vivemos uma conjuntura favorável após um longo período de recessão. Selic na mínima histórica; inflação sob controle e alta capacidade ociosa nas empresas, o que possibilita crescimento sem gerar pressão inflacionária; mercado de trabalho começando a apresentar melhora; recuperação do crédito e endividamento das famílias e empresas em situação muito mais saudável.

Porém, é extremamente importante aprovarmos com urgência as reformas necessárias para garantir estabilidade fiscal, em especial a da Previdência, pois a fragilidade das nossas contas públicas nos deixa muito vulneráveis. Apenas assim o país poderá reconquistar a credibilidade e voltar a receber aportes dos investidores estrangeiros, que sacaram mais de R\$ 11 bilhões da bolsa brasileira em 2018.

De acordo com um levantamento da consultoria global EPFR, estrategistas do mercado estimam uma entrada potencial de R\$ 251 bilhões em ações brasileiras se as alocações dos fundos globais e daqueles voltados aos mercados emergentes globais voltassem ao patamar de outubro de 2014, período pós-eleição de Dilma Rousseff.

O custo de oportunidade menor com o CDI mais baixo exigirá um pouco mais de risco. Neste sentido, os fundos multimercados, que alocam em diversas classes de ativos como juros, moedas e bolsas no Brasil e no exterior apresentam maior potencial de

retorno com certa proteção, por possuírem carteiras mais flexíveis, que são ajustadas de acordo com o cenário, podendo operar com exposições compradas ou vendidas.

Em relação à bolsa, mesmo considerando os riscos, o cenário de recuperação econômica e a esperança de reformas devem contribuir. Há boas oportunidades na bolsa e em alguns setores, principalmente os ligados a crescimento doméstico, pois, as empresas tiveram que reduzir o endividamento e se tornar mais eficientes para passar pelos anos de crise e se favoreceram agora dos juros mais baixos.

Uma dica importante é atentar para as correlações dos ativos que irão compor a carteira do investidor. Pois, estratégias que andam para lados opostos podem trazer certa proteção como é o caso da bolsa x dólar. Ou seja, setores que se beneficiam da alta do dólar, como exportadores em geral, podem servir como hedge em cenário de stress.

Para capturar a melhora do ambiente interno, os fundos imobiliários também podem se destacar como boas opções. Após anos de queda, o mercado de imóveis vem se recuperando e a demanda, em especial nos setores comercial e de *shoppings*, tende a subir. Esses produtos apresentam a vantagem de ter rendimen-

tos isentos de Imposto de Renda (IR) para pessoa física. Para o horizonte de longo prazo também é válido considerar as vantagens fiscais da previdência privada.

Diante da possibilidade de termos juro real em patamares baixos por um período prolongado, será necessário tomar mais risco para rentabilizar o patrimônio.

“O ano de 2019 promete ser bom para a economia brasileira. A projeção do Banco Central é que a economia acelere com uma expansão em torno de 2% do PIB.”



Vivien Aucar de Tolla
Especialista de Investimentos
Unicred SC/PR

ANO NOVO E O VELHO DESEJO DE OBTER A TRANQUILIDADE FINANCEIRA

Ter a vida financeira em dia é importante componente para o bem-estar. Manter as finanças organizadas não depende de quanto ganhamos, mas de como gastamos.

De acordo com dados divulgados pelo SPC Brasil, já são quase 63 milhões de brasileiros inadimplentes, um cenário grave, causado pela ausência da educação financeira ao longo dos anos. A maioria das pessoas está nessa situação por não respeitar o seu próprio padrão de vida.

A especialista de Investimentos da Unicred SC/PR, Vivien Aucar de Tolla explica: “É apenas sabendo exatamente o quanto entra e o quanto sai men-

salmente que é possível administrar os gastos sem ficar no vermelho. Com o orçamento organizado fica mais fácil estabelecer prioridades e identificar possíveis desperdícios de dinheiro.”

Pesquisas indicam que nos lares brasileiros existem, em média, 20% de excessos em despesas – no uso de energia elétrica, água, alimentação, telefone, TV por assinatura não utilizada, entre outros. Por isso, segundo a especialista, é preciso realizar um diagnóstico financeiro minucioso por 30 dias, dividindo as despesas por categorias. “Assim você descobrirá para onde está indo cada centavo do seu dinheiro e reconhecerá o seu comportamento financeiro”, ensina.

IMPOSTOS: É PRECISO PLANEJAR O PAGAMENTO

Dois dos gastos que “atrapalham” a vida financeira são o IPVA e o IPTU, pois os brasileiros não costumam programar o pagamento com antecedência.

Como a maioria das pessoas não traça um planejamento anual, acaba começando o ano com dificuldades financeiras, já que no período há também gastos com matrícula, material escolar, entre outros. Vivien dá a dica: “Para não ser pego de surpresa, dilua o valor destes gastos, que já são velhos co-

nhecidos, no orçamento de cada mês. Dessa forma, você pode realizar o pagamento à vista e obter um bom desconto.”

Importante é ficar atento aos compromissos futuros, pois de que adianta pagar à vista e não ter dinheiro suficiente para quitar os outros compromissos? Planejar e controlar o orçamento irão ajudar muito. “Ter controle financeiro significa controlar o dinheiro, e não ser controlado por ele”, frisa a especialista.

GOSTOU? **CONTINUE LENDO**
Baixe gratuitamente no site da Unicred,
o Guia de Planejamento Financeiro
<http://www.youblisher.com/p/997159-Guia-de-Planejamento-Financeiro/>



GOSTOU? **CONTINUE LENDO**
Baixe gratuitamente no site da Unicred,
a Planilha Financeira Unicred.
<https://drive.google.com/file/d/oB-A6ZU2S7HdGdEg2b2l0U3hfY2c/view>



OS MELHORES INVESTIMENTOS

PARA AS DIFERENTES FASES DA VIDA

Hoje em dia, diversos aspectos são levados em consideração na hora de escolher a melhor aplicação para cada investidor. Objetivos pessoais, situação financeira, contexto econômico são alguns dos principais aspectos. No entanto, as respostas podem ser bem diferentes quando paramos para pensar nos melhores investimentos para as diferentes fases da vida.

Isso acontece porque dependendo da idade e fase na qual você se encontra, é comum que disponha de mais ou menos recursos para investir. E isso afeta diretamente a escolha dos investimentos

mais adequados ao seu perfil.

Se você começou a pensar em aplicar o seu dinheiro antes mesmo da vida adulta, tem mais tempo para arriscar, acertar e errar. Em contrapartida, se você é o tipo de pessoa que já possui muitas responsabilidades financeiras, é preciso ter ainda mais cautela nos investimentos.

Pensar nos investimentos de acordo com a fase da vida pode ajudar o investidor a fazer escolhas mais assertivas. Por isso, selecionamos algumas opções interessantes para você que gostaria de aperfeiçoar o seu planejamento financeiro, mas não sabe muito bem por onde começar.

DOS
20 | AOS
35 ANOS

NÃO TENHA MEDO DE ARRISCAR

Durante essa fase da vida, grande parte das pessoas procura acumular patrimônio. Começar a fazer investimentos logo cedo tem suas vantagens, afinal de contas, há bastante tempo para recuperar um eventual prejuízo. O mais indicado é pensar em diversificar investimentos, colocando parte deles em aplicações mais arriscadas que trazem uma rentabilidade maior a longo prazo. Apesar dessa maior liberdade, parte da carteira de investimentos deve concentrar aplicações mais seguras. Especialistas aconselham ter de 50% a 70% dos investimentos em produtos mais conservadores.

DOS
35 | AOS
60 ANOS

COMECE A PENSAR EM ESTABILIDADE

Nesse momento, você provavelmente já possui mais responsabilidades financeiras: filhos, casamento, despesas mensais, financiamentos, entre outros. É a hora de buscar uma maior estabilidade nos investimentos, a fim de multiplicar o seu patrimônio, mas sempre com o cuidado de preservá-lo. Nesse momento, é recomendado reavaliar a carteira e adaptar os investimentos com foco nos próximos anos. Quanto menor for a movimentação, maior é a proteção contra prejuízos, visto que permanecer com uma aplicação por mais tempo costuma ter uma performance melhor do que trocar de tempos em tempos.

AOS
60 ANOS | OU MAIS

O PERFIL DEVE SER MAIS CONSERVADOR

A partir de uma determinada idade, investir em uma aplicação que dê prejuízos pode resultar em uma perda irreversível. Por isso, o perfil do investidor deve ser o mais seguro possível. Afinal de contas, você certamente quer garantir uma aposentadoria confortável para os próximos anos, não é? Especialistas recomendam que 75% da carteira de investimento esteja em aplicações mais conservadoras de renda fixa. No entanto, caso o investidor possua experiência e conte com outras fontes rendas, é possível que haja margem para correr maiores riscos.

QUER APRENDER MAIS SOBRE INVESTIMENTOS?

Selecionamos cinco livros que podem ser bons aliados, principalmente para quem quer aprimorar a forma de pensar e começar a agir como um grande investidor.

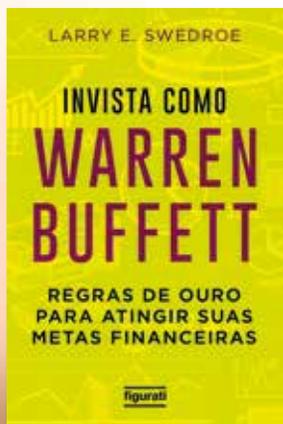
Fonte: unicredscpr.com.br/blog



Os Segredos da Mente Milionária

(Autor: T. Harv Eker.)

Para encontrar boas estratégias de investimento não basta ter ferramentas, é preciso pensar como um investidor. E foi assim que o autor, T. Harv Eker, conseguiu enriquecer de forma promissora em menos de três anos. Para compartilhar essa experiência, o livro Os Segredos da Mente Milionária lista uma série de comportamentos que fizeram diferença nessa jornada, incluindo segredos que podem auxiliar quem pretende seguir o mesmo caminho.



Invista como Warren Buffett

(Autor: Larry E. Swedroe)

Para quem deseja entrar no mercado de ações, o livro Invista como Warren Buffett pode ser um almanaque de ensinamentos. Warren Buffett é um multimilionário americano que conseguiu acumular uma fortuna apenas com investimentos bem planejados. Por isso, Larry Swedroe reuniu princípios básicos para pensar e agir como Buffet no mundo dos negócios, levando a qualquer pessoa a possibilidade de explorar as estratégias.



O Homem Mais Rico da Babilônia

(Autor: George S. Clason.)

Era na antiga Babilônia que viviam os homens mais ricos das antigas populações, e foi do mesmo lugar que saíram muitas práticas de economia e investimentos utilizadas até hoje. Entre elas, o hábito de não ter mais gastos do que ganhos e, principalmente, a segurança de nunca investir em áreas desconhecidas. Todos os princípios compõem o livro O Homem Mais Rico da Babilônia, uma obra que ensina o leitor a aumentar os lucros através de aprendizados simples.



O Investidor Inteligente

(Autor: Benjamin Graham)

Escrito por um dos maiores investidores dos Estados Unidos, esse é um dos livros para quem pretende entrar na área com segurança e garantir uma lucratividade crescente. Dando prioridade para a diversificação e opções com resultados a longo prazo, é possível elaborar as melhores estratégias e garantir lucros.



Os Grandes Investidores

(Autor: Glen Arnold)

Ter como exemplo experiências promissoras é uma forma de acrescentar conhecimentos fundamentais para quem deseja começar a investir. Por isso, o livro Os Grandes Investidores traz uma série de nomes que conseguiram fortunas com ações, entre eles Philip Fisher e George Soros. Cada capítulo é dedicado a um exemplo, aproximando o leitor de gênios das ações e compartilhando todas as suas estratégias.

UNICRED 

CLUBE DE
VANTAGENS

*Se você é um Cooperado,
você já faz parte desse clube.*



O Clube de Vantagens Unicred oferece descontos exclusivos em estabelecimentos diferenciados. Aqui você encontra grandes marcas, com ótimas promoções.



VEÍCULOS



HOTÉIS



IMÓVEIS



LOJAS



SAÚDE



DIVERSOS

Acesse e confira as condições de cada parceiro:
WWW.UNICREDCLUBEDEVANTAGENS.COM.BR

UM MAR DE POSSIBILIDADES

COSTA BRASILEIRA REGISTRA RECORDE DE CRUZEIROS

Conforto, lazer e alta gastronomia. A associação desses três itens tem impulsionado no país um mercado que não para de crescer: o de cruzeiros marítimos.

Na temporada 2018 – final de 2017 até abril de 2018 – o setor registrou um crescimento médio de 10%. Houve aumento do número de roteiros – de 114 para 124 – e da oferta de leitos, que passou de 381 mil para 439 mil e, além disso, mesmo mantendo o número de sete navios na temporada, eles permaneceram por mais tempo na costa brasileira. Foi o crescimento mais significativo registrado pelo setor desde 2012.

E a atual temporada, que iniciou em novembro de 2018 pelo Porto de Santos, também deve trazer impactos positivos à economia nacional. Segundo informações do Ministério do Turismo, sete transatlânticos vão oferecer, juntos, 500 mil leitos em 133 roteiros, com 585 escalas pela costa brasileira, ao longo de quatro meses, até 14 de abril. O número é 15% maior do que o registrado no período 2017/2018, de acordo com levantamento feito pela Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (CLIA Brasil).

EMPREGO E RENDA

Em média, os navios permanecem 120 dias em operação no Brasil, gerando importante incremento à economia. De acordo com pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), um passageiro deixa cerca de R\$ 500,00 em cada escala. Na temporada passada, foram criados 27 mil empregos e para o período 2018/2019,

devido ao aumento de 15% no número de leitos, a expectativa é que sejam ofertados acima de 30 mil postos de trabalho. A cada grupo de 15 cruzeiristas é gerado um emprego, a maioria no setor de serviços e todos esses recursos aportados pelos turistas devem injetar em torno de R\$ 2 bilhões na economia brasileira.

PÚBLICO EXIGENTE

O desempenho obtido pelo segmento de navios de cruzeiros marítimos no Brasil é, em parte, creditado à melhoria da economia no país, contudo o setor vê surgir, anualmente, um público mais segmentado, que procura cruzeiros de luxo. Os passageiros com a faixa etária entre os 55 e 77 anos são os mais exigentes e buscam navios mais caros, de alto luxo e não massificados. Embora ainda limitado, o público específico para este segmento existe no Brasil. Em 2017, houve um aumento médio de 40% no volume de vendas de cruzeiros de luxo para brasileiros.

AUMENTO
DE **40%**
EM VENDAS



SANTA CATARINA NA ROTA DOS TRANSATLÂNTICOS

Na temporada 2018/2019, sete transatlânticos vão levar turistas para conhecer Rio de Janeiro, Santos, Búzios, Salvador, Ilha Grande, Ilhabela, Ilhéus, Balneário Camboriú, Porto Belo, Cabo Frio, Recife, Angra dos Reis, Maceió, Ubatuba e Fortaleza.

Os portos de Santos, Rio de Janeiro e Salvador são os pontos de partida, mas as cidades catarinenses de Porto Belo, com oito escalas e Balneário Camboriú, com 28 escalas, até o fim do verão, receberão mais de

120 mil visitantes, entre passageiros e tripulantes.

Itajaí volta à rota dos grandes transatlânticos na temporada 2019/2020, graças à infraestrutura para procedimentos de controle e nacionalização e à abertura da nova bacia de evolução, que permitirá a manobra de navios com até 335 metros nos terminais portuários locais. A MSC Cruzeiros é uma das companhias que confirmaram a retomada das escalas regulares para Itajaí.

Mais escalas em Balneário Camboriú

A temporada de transatlânticos 2018/2019 em Balneário Camboriú foi aberta em novembro, com a chegada do navio Fantasia, da empresa MSC, no Atracadouro Barra Sul. A cidade que estreou no circuito nacional no ano passado terá oito escalas a mais do que na temporada anterior, um incremento de 40%. O turista que desembarcar na cidade encontrará o suporte necessário para que possa conhecer o município e a região, com diferentes meios de transporte disponíveis para levá-los aos pontos turísticos. Na temporada passada, desceram na cidade mais de 81 mil turistas e se mantida a média de desembarque – 66% – a previsão é que pelo menos outras 80 mil pessoas devam passar por Balneário Camboriú, o que, segundo cálculos da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos, representa a injeção de R\$ 40 milhões na economia da cidade.

SYMPHONY OF THE SEAS

O GIGANTE DOS MARES



Quando partiu do Porto de Barcelona, em abril de 2018, o Symphony of the Seas assumiu, naquele momento, o título de maior navio de cruzeiros do mundo. Com 72 metros de altura – o equivalente a um prédio de 24 andares – 362 metros de comprimento – mais de três campos do Maracanã – e capacidade para acomodar em suas 2.759 cabines, quase 9 mil pes-

soas, sendo 6.780 hóspedes e 2.200 tripulantes de mais de 77 nacionalidades, o gigante dos mares pertence à Royal Caribbean, empresa que detém cerca de 55% do mercado de cruzeiros internacionais no país. A companhia que opera 25 dos navios mais inovadores do mundo, registra, anualmente, um aumento de 15% na compra de cruzeiros internacionais e ter em sua frota o maior de todos os navios, deve impulsionar ainda mais os negócios.



FOTOS: DIVULGAÇÃO ROYALCARIBBEAN.COM.BR

DIVERSÃO RADICAL

O Symphony of the Seas oferece diversas atrações que são marcas registradas da Classe Oasis. Há esportes radicais, como um tobogã com queda de 30 metros – é como escorregar do 13º andar em apenas 13 segundos, com direito a duas voltas em 360 graus – 23 opções aquáticas, 30 tipos diferentes de esportes radicais e entretenimento padrão Broadway, com shows no solo, no ar, na água e no gelo, cinema 4D, pista de patinação no gelo e lojas de grife mundiais.



GOSTOU?
ASSISTA O VÍDEO:

www.youtube.com/watch?v=Is8UEtforaU





MUITA COMIDA E BEBIDA A BORDO

O transatlântico tem mais de 300 opções de pratos exclusivos, assinados por renomados *chefs*, desde *fresh food* a lanchonetes e um paraíso de doces. São 42 bares e *lounges* e para dar conta de tanta comida, 781 funcionários trabalham nos restauran-

tes, além de 184 *barmen*. No navio estão disponíveis 40 marcas de cervejas mundiais e 340 marcas de vinho. No entanto, no Bionic Bar, os passageiros são totalmente atendidos por robôs, que preparam os drinks pedidos por *tablets*.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/ROYALCARIBBEAN.COM.BR



E quem se interessou e quer ter o prazer de fazer um cruzeiro no Symphony of the Seas, as reservas para a temporada 2019/2020 já estão abertas e é possível adquirir pacotes para uma semana a partir de R\$ 3 mil, por pessoa. Consulte seu agente de viagem e embarque nesta grande e inesquecível aventura. A viagem parte de Miami.

O MUNDO ESTÁ NAS SUAS MÃOS!

Viajet

**VOCÊ ESCOLHE O DESTINO,
NÓS TRAÇAMOS O SEU CAMINHO!**



www.viaappiaturismo.com.br

Rua Orestes Guimarães, 480 - Loja 1
CEP: 89.204-060 Joinville/SC

Tel.: (47) 3422-2245

  /viaappiaturismo



Nosso trabalho é traduzir sua

mensagem

de forma clara e com visual descomplicado.