

REVISTA

EDIÇÃO 47 | JAN/2026

COCRED MAIS

SICOOBCOCRED

CAMPO DE OPORTUNIDADES

Símbolo de cooperação, o futebol transforma realidades, forma cidadãos e ensina, dentro e fora de campo, o valor das conquistas coletivas

CONFIANÇA

Cooperativismo de crédito está presente em mais de 58% do território brasileiro

TURISMO

Gastronomia transforma municípios em destinos e movimenta economias locais

TRADIÇÃO

Das lavouras às cafeterias, o café conecta histórias, culturas e novas experiências

SUA COOPERATIVA DO SEU JEITO.

+ parceria
+ proximidade
+ COCRED

FACILITE SUA VIDA FINANCEIRA:

+ CRÉDITO + INVESTIMENTOS
+ CONSÓRCIOS + VANTAGENS

Baixe o Super App Sicoob ou vá até
uma agência e seja um cooperado.



COCRED

Mais parceria. Mais proximidade.

— — —  SICOOB

COCRED

PAIXÕES QUE NOS UNEM

A racionalidade nem sempre explica aquilo que faz o coração bater mais forte. Há forças que não se medem em números, mas em arrepio, em pertencimento, em energia compartilhada. São paixões que atravessam gerações, ocupam ruas, arquibancadas e conversas de domingo, capazes de unir um país inteiro em torno de um mesmo sentimento. Paixões que moldam identidades e revelam quem somos.

Definir o povo brasileiro passa, necessariamente, pela pluralidade. Somos feitos de contrastes, sotaques, territórios e histórias distintas, mas também de símbolos comuns que nos aproximam. Entre eles, o futebol ocupa um lugar singular. Esporte, mas também linguagem, é sonho possível e ferramenta de transformação social. Revela talentos, movimenta economias locais, cria oportunidades onde antes havia escassez e fortalece comunidades pelo valor do coletivo.

Em 2026, o Brasil volta a se conectar a mais uma edição da Copa do Mundo, um dos maiores eventos esportivos do planeta. Um momento que extrapola o campo e alcança lares inteiros, reunindo famílias, amigos e desconhecidos em torno de uma mesma camisa. É lazer, é representação, é vitrine cultural. É quando os olhos do mundo se voltam para nossos talentos, nossos hábitos, nossas paixões e para a forma única como o Brasil transforma emoção em identidade.

Esta 47ª edição da revista COCRED MAIS convida você a mergulhar em temas que também despertam orgulho e mobilizam pessoas. Histórias que falam de turismo gastronômico, do café que faz parte da rotina do país, da corrida de rua que exala superação, do agronegócio que coloca comida na mesa de milhões. Manifestações diversas, mas conectadas por um mesmo fio. A certeza de que a força econômica de um país também nasce daquilo que ele ama, cultiva e compartilha.

São narrativas de gente que faz o Brasil ser o que é. Pessoas que movimentam a economia, imprimem personalidade aos territórios e constroem pontes entre tradição e futuro. Histórias que mostram como o crescimento acontece quando há cooperação, propósito e visão coletiva.

Nesse campo de oportunidades que se estende além do gramado, o cooperativismo é potência. Presente de ponta a ponta, em diferentes setores e realidades, a COCRED atua ao lado de mais de 90 mil cooperados que, diariamente, constroem, transformam e fortalecem o país. A união de esforços amplia horizontes, distribui conquistas e faz com que o desenvolvimento chegue mais longe. Porque quando o crescimento é compartilhado, as vitórias ganham outro significado. E quando caminhamos juntos, somos ainda mais fortes.

Boa leitura!

DESTAQUES



06
DA LAVOURA
ÀS CAFETERIAS



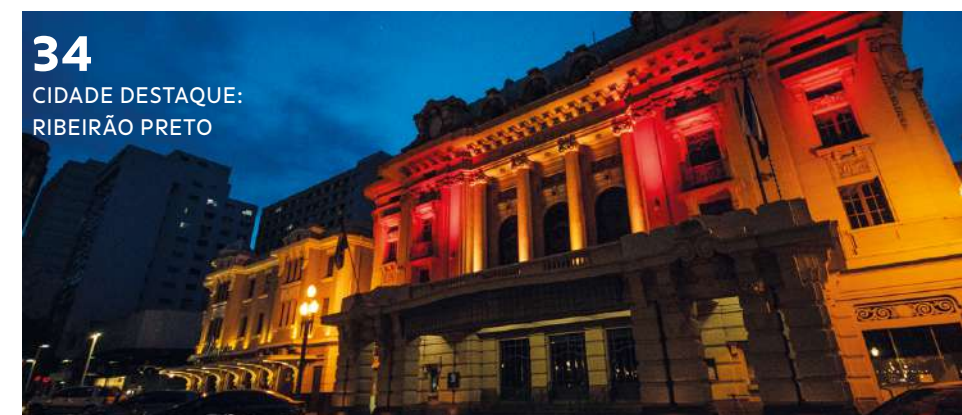
12
TURISMO
GASTRONÔMICO



16
CONFIANÇA: O ALICERCE
DO COOPERTIVISMO



24
FUTEBOL: SINÔNIMO
DE COOPERAÇÃO



34
CIDADE DESTAQUE:
RIBEIRÃO PRETO



54
QUEM CORRE, OS
MALES ESPANTA

COMITÊ EDITORIAL

Adalberto José Igual Junior
Ademir José Carota
Juliano dos Santos Bomfim
Marcelo de Felício
Rosemary Lorençon Annibal

GERÊNCIA DE MARKETING

Adalberto José Igual Junior

COORDENAÇÃO DE MARKETING

Leandro Martins MTB 79729/SP

REDAÇÃO

Larissa Vieira MTB 95247/SP

EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Fernanda Morais Paschoalin

FOTOGRAFIA

Célio Messias
Leonardo Gallo Décio

SÃO FRANCISCO GRÁFICA E EDITORA

20.000 exemplares

SICOOB COCRED

www.sicoobcocred.com.br

OUVIDORIA SICOOB COCRED

0800 725 0996

CRÍTICAS, ELOGIOS E SUGESTÕES DE PAUTA

comunicacao@sicoobcocred.com.br



Das lavouras às CAFETERIAS

Da produção no campo às experiências nas cafeterias, o café mostra como economia, cultura e desenvolvimento socioeconômico caminham juntos.

“Um cafezinho, por favor.” O pedido atravessa as manhãs, as tardes e se estende pela noite. Na Padaria Panini, em Ribeirão Preto (SP), o acompanhamento pode até mudar, mas o café permanece como presença constante na maioria dos pedidos. Independentemente do horário, a bebida ocupa lugar central na rotina dos clientes. “A gente vende, em média, 100 xícaras de café por dia”, conta a empresária Nemora Gimenes Maschietto.

Entre as preferências de quem consome, o expresso lidera com folga. Preparado em máquina específica, na qual a água quente passa sob alta pressão pelo café moído, ele resulta em uma bebida mais encorpada, de sabor intenso e marcada pela crema, a espuma densa que se forma na superfície. Um clássico que atravessa gerações e permanece como protagonista de diferentes ritos do cotidiano, da conversa entre amigos às reuniões de trabalho, passando pelos encontros que transformam o café em pretexto para estar junto.

Essa multiplicidade de usos também se reflete no perfil do público que frequenta a Panini. “São vários per-

fis diferentes de consumidor”, explica Nemora. “No final de semana, o café já vira lazer para as famílias, principalmente de manhã. Durante a semana, o café é um item clássico numa mesa de negócio. A gente recebe muito consumidor que pede um expresso, uma água e vai tratar de negócios, apresentar projeto, fazer relacionamento”. Segundo ela, o consumo se adapta ao momento. “Durante a semana, o café traz esse vínculo comercial entre as partes. No final de semana, ele está mais ligado à confraternização.”

O hábito cotidiano observado no balcão da Panini é um fenômeno nacional. O café é a segunda bebida mais consumida no Brasil, atrás apenas da água. Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic), cada brasileiro consome, em média, 1.430 xícaras por ano. Considerando o volume total, o mercado interno brasileiro supera 21,9 milhões de sacas anuais, o que coloca o país como o segundo maior consumidor do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos. São números que ajudam a explicar por que o café ultrapassa

a condição de produto agrícola e se consolida como elemento cultural, social e econômico.

A presença do café na história do país não é novidade. Foi ele que impulsionou o surgimento de cidades, moldou paisagens e sustentou economias inteiras, especialmente no interior paulista. O chamado ciclo do café ficou para trás, mas seu legado permanece vivo, agora ressignificado. O consumo do grão deixou de ser apenas um hábito automático do dia a dia para se transformar em experiência e estilo de vida.

Nas grandes e médias cidades, a expansão das cafeterias especializadas acompanha essa mudança. O café preto, com ou sem açúcar, ainda reina absoluto nas mesas brasileiras, mas divide espaço com novas formas de preparo, combinações e rituais de consumo. Tomar café virou pausa, encontro e identidade. Não por acaso, a bebida passou a ocupar espaço nas mesas de jovens. Estudos recentes apontam uma mudança consistente nos hábitos da Geração Z, que vem reduzindo o consumo de bebidas alcoólicas e

ampliando a preferência por opções associadas ao bem-estar, à funcionalidade e à convivência cotidiana.

Para o economista José Rita Moreira, consultor econômico e sócio do Grupo BLB, trata-se de uma



Crédito: Divulgação

José Rita Moreira, economista

mudança estrutural. “Não é um modismo. É uma alteração de preferência que combina saúde, experiências e conveniência, fatores que deslocam parte do consumo social do álcool para bebidas fun-

cionais e para o café cotidiano”, afirma. Segundo ele, esse novo padrão de consumo ajuda a explicar por que o café passou a ocupar um papel simbólico mais amplo. “Uma parcela significativa da Geração Z consome café diariamente e prefere produtos customizados, novas experiências de consumo e conveniência”, diz.

Na prática, o hábito torna-se um pequeno luxo cotidiano. Não é à toa que a expressão “café superfaturado” ganhou espaço nas redes sociais. Longe de se referir apenas ao preço ou de ser uma crítica contundente, o termo passou a simbolizar, de forma bem-humorada, a compra de uma experiência, de uma pausa no meio do dia, de um momento de conexão. Um gesto simples, mas carregado de valor subjetivo.

De volta ao campo

Se nas cafeterias o café se revela protagonista com aromas, cores e sabores diversos, é no campo que essa história começa de fato. Voltar às lavouras é essencial para entender como o consumo urbano se sustenta em decisões técnicas, planejamento e trabalho contínuo de produtores que lidam com ciclos longos, riscos climáticos e exigências cada vez maiores do mercado.

Muito antes de uma xícara de café chegar às mãos do consumidor, o grão atravessa gerações e carrega histórias que ajudam a explicar por que essa bebida se tornou uma paixão nacional. No interior de Minas Gerais, a trajetória do Grupo Senju se confunde com a própria história da cafeicultura no Brasil. Carlos Eduardo Senju, hoje à frente do negócio, representa a terceira geração de uma família que atravessou oceanos em busca de oportunidades.





Carlos Eduardo Senju, cooperado da COCRED desde 2022

Crédito: Divulgação

Seu avô chegou ao país ainda jovem, trazendo na bagagem o conhecimento agrícola aprendido no Japão e a promessa de prosperar em terras distantes. A realidade encontrada foi dura. O trabalho começou nas lavouras de café, longe da ideia de sucesso imediato. “Quando chegou no Brasil, ele viu que a realidade aqui era trabalhar nas lavouras de café. Não era nada do que ele esperava”, conta Senju. Foi ali, no campo, que o saber acumulado começou a se transformar em diferencial. “Ele percebeu que algumas lavouras não conseguiam se desenvolver muito bem e começou a aplicar o conhecimento que trouxe do Japão.”

O que era apenas força de trabalho passou a se tornar referência. As fazendas começaram a produzir melhor, o nome da família ganhou reconhecimento e o primeiro pedaço de terra foi conquistado. Ao longo do tempo, vieram as mudanças de região e de cultura, até a consolidação de um modelo produtivo baseado na integração entre pecuária e cafeicultura. “A pecuária gerava o esterco, a gente usava o esterco na lavoura de café”, explica. O manejo ecológico, sustentado por compostagem e redução do uso de químicos, antecedeu em décadas um debate que hoje ocupa o centro da agenda ambiental.

Foi esse legado que Senju levou para a universidade ao escolher a agronomia como caminho. Ainda jovem, ele saiu da fazenda com um propósito claro. “Eu fui com a ideia de fazer um café natural, uma cafeicultura orgânica”, conta. A princípio, o projeto englobou outras culturas como teste, mas logo ficou evidente que era mesmo o café que reunia tudo o que a família buscava. “A gente precisava tra-



Gabriel Alves de Oliveira, cooperado da COCRED desde 2012

Crédito: Divulgação

balhar uma cultura que valorizasse o capricho do pé até a ponta final. A melhor cultura que imaginamos naquele momento foi o café.”

A partir de 2011, o grupo ampliou suas lavouras e passou a investir fortemente em inovação. Foram implantados cerca de 70 mil pés de café em um sistema de cultivo diferenciado. A busca por conhecimento levou Senju ao exterior. “Em 2018, eu passei uma temporada em Israel aprendendo nutrição, irrigação e como manejar a cultura com a menor quantidade possível de água”, relata. O aprendizado resultou em um sistema de precisão que fornece água e nutrientes conforme cada estágio da planta. “A gente conhece muito bem cada estágio fenológico do café.”

Esse salto técnico abriu caminho para o comércio exterior e para um posicionamento único no mercado. Em 2018, o Grupo Senju exportou seu primeiro lote para o Japão, dando início a uma parceria que se fortaleceu ao longo dos anos. “Começamos a fazer um café com o mínimo possível de uso de defensivos agrícolas para atender uma necessidade do Japão”, explica. Hoje, parte dessa produção é destinada não apenas à bebida, mas também à indústria farmacêutica e cosmética. “Esse grão não é analisado sensorialmente, ele é analisado via molecular. Se atender aos padrões necessários, ele vai para essas indústrias de alto padrão.”

Com 23 variedades cultivadas e cerca de 30 mil sacas exportadas por ano, o grupo dialoga com dife-

rentes paladares e culturas ao redor do mundo. “Cada continente gosta de um tipo de café”, diz Carlos, ao explicar por que a diversidade é estratégica. “São números expressivos que, às vezes, as pessoas não conseguem dimensionar”, afirma, ao relevar, de forma comparativa, que o grupo produz anualmente o equivalente a mais de 220 milhões de xícaras de café.

Referência no mercado

Na outra ponta dessa mesma cadeia, Gabriel Alves de Oliveira acompanha uma transformação semelhante, mas a partir do contato direto com o consumidor e do controle rigoroso de cada etapa do processo. Seu olhar, próximo da produção, da seleção dos grãos, da torra e da comercialização, reve-

la como o café deixou de ser apenas um hábito automático para se tornar escolha consciente. “O café é uma fruta. Na hora que a gente consome, a gente está bebendo o pó da semente. Para ele chegar nesse ponto, passa por muitos processos”, explica.

A história da família com o café começa antes mesmo da marca existir. Os pais de Oliveira chegaram à região da Alta Mogiana em 1984, ainda trabalhando com gado. “Eles compraram a área sozinhos. Não tinha café ainda. O café veio depois, quando compraram uma propriedade vizinha que já tinha estrutura e lavoura”, relembra. A partir daí, o interesse virou paixão. “Eles começaram a estudar café, entender que existiam diversos tipos, diversas qualidades. Foi quando entraram de vez nesse meio.”

O maior investimento em estrutura veio em 2001, com a implantação de uma unidade de rebenefício, etapa voltada ao refinamento do café de acordo com as especificações do comprador, garantindo melhor classificação dos grãos. Com a nova estrutura, a família passou a participar de concursos de qualidade. “No primeiro concurso que participamos, já ganhamos. E aí nunca mais paramos.” Com o reconhecimento, vieram também novas oportunidades. A exportação começou em 2006, após a visita de um cliente estrangeiro interessado em comprar direto da fazenda. “Foi quando a gente percebeu que tinha demanda lá fora pelos cafés da Alta Mogiana.”

No ano seguinte, a criação da exportadora consolidou esse movimento, com um objetivo claro. “A ideia era levar os cafés da Alta Mogiana para os melhores merca-



dos, para os países desenvolvidos”. Hoje, esse trabalho alcança 16 países e envolve não apenas a produção própria, mas também cafés de outros produtores da região.

Para Oliveira, esse novo momento do mercado está diretamente ligado à mudança no perfil do consumidor. “As pessoas passaram a buscar entender origem, método, qualidade. Café não é tudo igual.” Ele explica que a produção funciona como uma pirâmide, em que os cafés mais raros e complexos ocupam o topo. “Os melhores cafés têm pouca quantidade. Um café de 90 pontos, em uma escala de classificação que vai até 100, por exemplo, talvez renda cerca de 100 sacas em um universo de milhões.”

Essa busca exige cuidado extremo em cada etapa, da colheita à xícara. “Não existe máquina que colhe o café no ponto ideal. Então a gente trabalha muito o pós-colheita para padronizar e potencializar os frutos”. A torra, segundo ele, é decisiva. “Não adianta produzir tudo perfeito se quem torra estraga o café. Café muito torrado não é café forte, é café queimado”. Por

isso, investir em profissionais capacitados faz parte da estratégia. “Existe muita mão envolvida até o café chegar na xícara. A gente precisa garantir que nenhuma etapa comprometa o resultado.”

É justamente essa soma de decisões, pessoas e cuidados que faz do Café Labareda uma referência no mercado, acumulando premiações, aumentando a variedade e apresentando crescimento exponencial ano após ano. “A nossa missão é levar sabores e aromas para os clientes. Entregar uma qualidade que a pessoa normalmente não encontra.”

Desafios e projeções

O ano de 2025 consolidou um dos ambientes mais complexos da última década para o setor cafeeiro. Pressões sobre o comércio internacional, custos logísticos elevados, oscilações cambiais persistentes e impactos climáticos tornaram o planejamento mais sensível ao risco. Ainda assim, o café demonstrou resiliência, sustentado por uma demanda nacional e internacional consistente.

O Brasil segue como o maior exportador mundial de café, responsável por cerca de 40% da oferta global, com embarques que superam 39 milhões de sacas por ano. Estados Unidos e Alemanha permanecem entre os principais destinos, reforçando a importância do setor para a balança comercial e para a geração de renda em regiões produtoras.

Segundo o economista José Rita Moreira, os efeitos do choque tarifário internacional já se fizeram sentir ao longo de 2025 e tendem a produzir impactos acumulados em 2026. “Uma estimativa oficial citada por análises recentes aponta para um impacto direto moderado sobre o PIB, da ordem de décimos de ponto percentual, mas alerta para riscos de segunda ordem, como choques de confiança, restrição de crédito e maior volatilidade”, afirma.

Na avaliação do economista, o cenário para 2026 combina crescimento contido e pressões setoriais específicas. “As projeções macro tendem a combinar crescimento real moderado, inflação ainda resiliente em cadeias afetadas por tarifas e risco de desaceleração do investimento

externo em segmentos diretamente atingidos pela perda de competitividade de preço”, explica.

Outro ponto de atenção está no descompasso entre demanda e capacidade produtiva. Para José Rita, quando esse equilíbrio se rompe, os efeitos se espalham rapidamente pela cadeia. “Quando a demanda supera a oferta, surgem riscos no curto prazo, como aumento de preços, pressão sobre torrefadores e consumidores finais, além de risco logístico e de ruptura de contratos”, diz. No horizonte mais longe, ele alerta para desafios estruturais. “Pressões para aumentar volume rapidamente podem levar à erosão do padrão de qualidade e a um subinvestimento em tecnologia e adaptação climática.”

Esse contexto reforça o caráter cíclico do café e a necessidade de decisões estruturais mesmo em momentos favoráveis de preço. O economista destaca que a resposta passa por investimento e coordenação. “O caminho para reduzir esses riscos passa por estímulo a investimentos em irrigação e variedades resilientes, melhorias na

infraestrutura logística, linhas de crédito específicas para conservação de estoques e incentivos à agregação de valor”, afirma.

É justamente nessa lógica que a dimensão econômica do café se conecta ao impacto social. A solidez da atividade se traduz na capacidade de sustentar decisões de longo prazo no campo. No caso do Café Labareda, essa visão extrapola a produção. Desde os anos 2000, a família investe em iniciativas estruturadas de alfabetização e educação, partindo da convicção de que produtividade, renda e desenvolvimento humano são indissociáveis. A criação de uma escola própria eradicou o analfabetismo entre colaboradores e, ao longo do tempo, ampliou o acesso ao ensino para familiares e jovens da comunidade, fortalecendo vínculos e criando oportunidades que permanecem para além de cada safra.

Nesse sentido, o café deixa de ser apenas um item presente na mesa do consumidor e passa a atuar como agente de transformação territorial. Ele gera renda, viabiliza qualificação, fixa pessoas no campo e sustenta projetos sociais que só são possíveis quando há previsibilidade, planejamento e relações construídas no tempo.

É nessa mesma lógica que o cooperativismo se alinha. Ao lado de produtores e empresários, a COCRED atua como parceira próxima, oferecendo crédito alinhado ao ciclo da cafeicultura, soluções financeiras adequadas à realidade do campo e uma relação baseada em confiança mútua. Um apoio que fortalece toda a cadeia do café, da produção à comercialização, e permite que impacto econômico e impacto social avancem juntos.

Turismo GASTRONÔMICO

Com autenticidade e relevância, a gastronomia brasileira transforma propriedades rurais, restaurantes familiares e pequenos negócios em polos de atração turística.

Nada é mais revelador sobre um território do que a forma como ele se expressa à mesa. Antes mesmo de visitar pontos turísticos ou entender a história local, o visitante cria vínculo pelo paladar. No interior de São Paulo e Minas Gerais, onde tradição, agricultura e hospitalidade caminham juntas, a gastronomia deixou de ser apenas um complemento da viagem para se tornar o próprio motivo do deslocamento.

Esse movimento, cada vez mais consistente, tem transformado propriedades rurais, restaurantes familiares e pequenos negócios em polos de atração turística, capazes de gerar renda, fortalecer identidades e estruturar economias locais. É exatamente isso o que acontece em Brodowski (SP), na fazenda conduzida pelo empresário Rafael Correa Trajano Borges, cooperado da COCRED. Por lá, a experiência começa antes da comida chegar à mesa do cliente.

Pensada para superar o status de unidade produtiva e se configurar como um espaço de vivência, a propriedade, que pertence à família Borges há aproximadamente 200 anos, une produção orgânica, sustentabilidade e turismo. Tudo começou

quando Borges morava na Austrália e, ao conhecer uma família que trabalhava com alimentos orgânicos há quatro gerações, entendeu que o valor de um alimento não está apenas no produto final, mas na forma como ele é apresentado ao mundo.

De volta ao Brasil, o empresário encontrou na própria origem a base para um projeto que colocava em prática aquilo que aprendeu fora do país. Na propriedade, já produzia gado de leite, mas diante a um momento de crise na pecuária leiteira bovina, buscou alternativas e encontrou nas búfalas um novo caminho. A decisão de montar um pequeno laticínio marcou o início de uma estratégia focada em diferenciação e valor agregado. Produzir menos volume, mas entregar mais significado.

Hoje, a fazenda opera com produção 100% orgânica, geração de energia solar e eólica, reaproveitamento total de resíduos e uma salumeria moderna, onde embutidos artesanais e queijos são produzidos. Na fazenda local, onde a produção de produtos à base de leite de búfala é o carro-chefe, sustentabilidade não é discurso, mas estrutura de negócio. “Queremos ser referência em venda de proteína animal com alto valor biológico”, afirma Borges.

Com a produção a todo vapor e o negócio estruturado, o passo seguinte dado pelo empresário foi aproximar o consumidor à origem dos produtos. Visitas guiadas, atendimento a grupos fechados, recepção de faculdades em visitas técnicas e o planejamento de uma loja na própria fazenda compõem esse movimento estratégico de turismo gastronômico. O alimento deixou de ser apenas comprado e passou a ser compreendido, vivenciado e valorizado.

Bolinho premiado

Se no campo a experiência começa na origem, na cidade ela pode nascer de um prato. Em Uberlândia (MG), o bolinho de costela angus defumada ao molho de chimichurri, criado pelo restaurante Don Steak, é sucesso de vendas e ativo turístico. Campeão do concurso “Comida Di Buteco 2023”, o prato combina técnica, sabor e memória afetiva. Crocância por fora, suculência por dentro e um preparo que exige tempo e cuidado. Não por acaso, segue como um dos itens mais pedidos do cardápio.

Para o empresário Juliano Gomes, o reconhecimento é resultado de dedicação redobrada. “Sobre o sucesso, acredito que é uma constância de todo um trabalho que vem de encontro com as expectativas de nossos clientes, buscando sempre melhorias em atendimento, mantendo sempre a qualidade do produto”, afirma.

No negócio, o turismo gastronômico tem impacto direto. O Don Steak recebe visitantes de diferentes regiões, atraídos tanto pela premiação quanto pela reputação construída ao longo do tempo. “Sem dúvida o turismo gastronômico traz um impacto muito positivo ao nosso negócio. Fortalece a marca em outras regiões. Temos frequentemente visitas de turistas ou viajantes a trabalho que sempre vêm nos prestigiar”, aponta o empresário.

Esse movimento acompanha o bom momento do município mineiro. Pela quarta vez consecutiva, Uberlândia figurou entre os destinos mais bem preparados para receber turistas do Brasil e do exterior, segundo o Mapa do Turismo Brasileiro 2024, divulgado pelo Mi-





Crédito: Divulgação

nistério do Turismo (MTur). Classificada na categoria A, a cidade está entre as três mineiras mais bem ranqueadas entre 650 analisadas. No país, de 2.242 municípios avaliados, apenas 48 alcançaram essa classificação.

Em Minas Gerais, somente Belo Horizonte e Poços de Caldas obtiveram avaliação semelhante, o que torna

Uberlândia a única representante do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba na listagem. O reconhecimento do município acaba por impulsionar o crescimento de estabelecimentos como o Don Steak. “Em 2025, crescemos 20% em relação ao ano anterior e conseguimos a abertura de uma segunda loja no mesmo segmento, fechando o ano com um resultado muito positivo”, avalia Gomes.

Quem também encerrou o ano com saldo positivo impulsionado pelo turismo gastronômico foi o empresário Gledson Carvalho dos Reis. No centro do seu negócio está o café, mas não um café comum. A história começa em 1928, quando sua família iniciou o cultivo em Poços de Caldas (MG), em uma região de formação rochosa originada por um vulcão há muito tempo extinto.

Esse território singular, marcado por solo rico em minerais, altitude elevada e grande amplitude térmica, confere ao café características naturais que definem um terroir diferenciado, responsável por bebidas de alta qualidade, com doçura acentuada, complexidade aromática e acidez equilibrada.

Durante décadas, a produção foi destinada exclusivamente à exportação. Foi apenas em 2013 que a família decidiu dar um passo além, criando e registrando oficialmente a marca Café Vulcão de Minas. A partir daí, o

diferencial do território deixou de ser apenas um atributo agrícola e se transformou em experiência compartilhada.

Sob a condução da quarta geração, o negócio conecta produção, origem e consumo. Além da produção agrícola, a família investiu na abertura de cafeterias em Olímpia (SP) e Barretos (SP), estrategicamente instaladas dentro de grandes resorts. O vulcão, que é elemento central da narrativa, funciona como porta de entrada: desperta curiosidade, atrai o visitante e conecta o público com aquilo que vem do campo.

Mesmo em um cenário desafiador para o setor da cafeicultura, marcado pela pressão de custos e pelo aumento expressivo do preço do café verde, o negócio manteve trajetória de crescimento. O desempenho foi sustentado por um consumidor mais seletivo e consciente, que valoriza origem, rastreabilidade e história, entendendo que o café especial é resultado de uma cadeia cuidadosa e qualificada.

“Para 2026, estou com a expectativa de uma boa produção de café na nossa propriedade e de poder expandir as opções para os clientes, com diferentes graus de torra, além de assinaturas e drip coffee”, projeta Reis.



Café Vulcão de Minas

Região Vulcânica de Poços de Caldas

Gastronomia e oportunidades

Para o turismólogo e docente do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) de Barretos (SP), Lutfi El Jamel Neto, o crescimento do turismo gastronômico no interior paulista e mineiro não é um fenômeno isolado nem passageiro. Trata-se de um movimento consistente, que nasce da combinação entre identidade cultural e estratégia territorial. “No interior de São Paulo, por exemplo, o turismo gastronômico tem se fortalecido de maneira muito significativa, impulsionado por um movimento que combina tradição, inovação e afetividade”, afirma.

Segundo ele, as cidades do interior passaram a compreender a gastronomia como um elo direto entre o visitante e o território. “As cidades do interior têm valorizado, cada vez mais, os sabores regionais como a culinária caipira, as quitandas artesanais, os cafés especiais, produção rural familiar, além dos festivais gastronômicos que trabalham com pratos históricos”, explica. “É através do paladar que o turista vivencia essa memória afetiva, reconhece a identidade local e passa a se interessar por toda a cultura daquele território.”

Lutfi destaca que “diversos fatores explicam o crescimento do turismo gastronômico no interior”, entre eles “a valorização do produto local, impulsionada por um consumidor que busca autenticidade e deseja provar alimentos que carregam a história da região e de suas produções artesanais”. Soma-se a isso “o resgate das tradições familiares, com receitas que atravessam gerações, vindas de avós, festas religiosas e modos de preparo centenários”, além da “expansão das rotas turísticas temáticas, como o Caminho do Café, o Caminho da

Cachaça, a Rota do Queijo Artesanal e a Rota Caipira, que organizam e fortalecem a oferta regional.”

Os efeitos dessa dinâmica se refletem diretamente na economia local. “O impacto econômico do turismo gastronômico é direto e significativo”, afirma Lutfi. “Quando um destino se fortalece, pequenos produtores passam a vender mais, seja diretamente ao turista ou por meio de restaurantes e empórios que valorizam produtos locais”. Restaurantes familiares também se beneficiam: “ganham visibilidade, atraem novos públicos, profissionalizam seus serviços e ampliam sua capacidade de atendimento”. Ao mesmo tempo, ocorre a geração de empregos em diversas frentes.

Além do impacto econômico, o turismo gastronômico cumpre um papel central na preservação cultural. Fortalecer a identidade por meio da comida é, segundo ele, uma forma de preservar a história, que pode falar sobre o clima, o tipo de solo, os ciclos das colheitas, as influências indígenas, africanas e europeias, os costumes familiares e até a religiosidade local.



Crédito: Divulgação

Lutfi El Jamel Neto, turismólogo

Desenvolvimento regional

Quando iniciativas como essas encontram apoio financeiro adequado, o impacto extrapola os limites do próprio negócio e passa a reverberar em toda a região. O turismo gastronômico, ao conectar produção local, experiência e identidade territorial, depende de uma estrutura capaz de sustentar crescimento, atravessar ciclos econômicos e transformar boas ideias em empreendimentos sólidos.

É nesse ponto que o cooperativismo de crédito exerce um papel estratégico. Todos os empreendimentos destacados têm em comum a relação com a COCRED, que atua como parceira do desenvolvimento ao oferecer soluções financeiras alinhadas à realidade do campo, do comércio e dos pequenos e médios negócios. Crédito para investir, capital de giro para manter operações, apoio na gestão do fluxo de caixa e proximidade no atendimento são elementos que garantem estabilidade e permitem planejamento de curto, médio e longo prazo.

Na prática, quando um produtor consegue estruturar sua propriedade para receber visitantes, quando um restaurante mantém sua equipe, amplia instalações ou qualifica o atendimento, a engrenagem econômica local entra em movimento. Gera-se emprego, renda e circulação de recursos, fortalecendo cadeias produtivas que orbitam em torno desses negócios. O sucesso individual passa a ter efeito coletivo.

Esse ciclo virtuoso ajuda a consolidar destinos, atrair turistas e valorizar aquilo que é produzido localmente, transformando sabores em identidade e identidade em desenvolvimento.

Confiança: o alicerce do COOPERATIVISMO

Presente em mais de 58% do território brasileiro, o cooperativismo de crédito impulsiona empreendedores urbanos e rurais, transformando histórias por meio da proximidade e do pertencimento.

Se precisasse definir em apenas uma palavra a relação entre cooperativa e cooperado, o empresário Fernando Mantelli escolheria “confiança”. A resposta sintetiza a trajetória de quem encontrou, no cooperativismo, mais do que apoio financeiro. Proprietário de uma mercearia tradicional de Viradouro (SP), daquelas conhecidas como “fecha nunca” e “tem de tudo”, Mantelli

representa um tipo específico de empreendedor brasileiro: aquele que nasce das urgências da vida. A virada começou quando um acidente doméstico deixou sequelas no tornozelo que o impediram de continuar trabalhando em uma usina da cidade. Foi diante dessa interrupção abrupta na rotina que ele, a esposa e o sogro decidiram tentar algo que mudaria completamente o futuro da família.

Com as economias que possuíam, abriram uma pequena sorveteria. Sem experiência, Mantelli precisou lidar com os desafios de ser um comerciante antes mesmo de se considerar um. “Já trabalhei na roça, trabalhei mais de 10 anos como pedreiro e nunca tinha mexido com comércio, não tinha nenhum pinga de noção de comércio, negócios, nada. Meti a cara e fui”, relembra. Entre erros e acertos, a sorveteria foi ganhando mais produtos, mais clientes, mais propósito.

Com o tempo, o negócio evoluiu até chegar ao modelo atual, como uma mercearia e conveniência. A estrutura maior passou a reunir hortifruti, açougue, padaria, bebidas, embalagens e um setor de utilidades domésticas, virando referência na cidade. “O pessoal fala que é o shopping de Viradouro. É difícil você ir lá e não achar o que procura”, brinca o empresário.

De prateleira em prateleira, o espaço físico cresceu e cresceu rápido demais para o terreno original. Vieram novas áreas, ampliações sucessivas, reformas estruturais e modernização. Vie-

ram também mais empregos e oportunidades compartilhadas. Hoje, são mais de 40 colaboradores, muitos deles moradores do próprio bairro.

A expansão do negócio coincidiu com um movimento nacional de fortalecimento do empresariado brasileiro. De acordo com o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, o Brasil encerrou o segundo quadrimestre de 2025 com 24,2 milhões de empresas ativas. Dessas, cerca de 93,8% são micro e pequenas empresas (MPEs). Em cidades como Viradouro, com pouco mais de 17 mil habitantes, são negócios assim que seguram a economia local.

Foi nesse cenário de crescimento e novos desafios que o cooperativismo se fez decisivo na trajetória de Mantelli. O ritmo da expansão exigia crédito acessível, planejamento e uma instituição capaz de olhar para o negócio com proximidade, entendendo exatamente quais eram as suas necessidades. Quando chegou à COCRED, o empresário foi tratado como alguém que carregava um sonho e confiava esse sonho à instituição.

Atualmente, Mantelli integra o grupo dos mais de 20 milhões de brasileiros associados ao cooperativismo de crédito, ramo que representa a maior força do cooperativismo nacional. Com taxas justas, atendimento consultivo e uma equipe que compreendeu o potencial do negócio, o empresário conseguiu ampliar a estrutura física, reforçar o estoque, ajustar o fluxo de caixa e planejar investimentos a médio e longo prazo. Em 2025, voltou a contar com o

apoio da cooperativa, desta vez para viabilizar a reinauguração do estabelecimento após mais uma reforma de expansão. A parceria também tornou possível a instalação de placas de energia solar, garantindo economia operacional e alinhando o empreendimento a práticas sustentáveis.

A trajetória de Mantelli representa a de milhões de brasileiros que encontraram no cooperativismo de crédito um caminho sólido para crescer de forma sustentável. Esse impacto se reflete em números expressivos: o ramo já está presente em 58% do território nacional, fortalecendo economias locais por meio da geração de trabalho, renda e desenvolvimento.

Com mais de 10 mil postos de atendimento distribuídos pelo país, as cooperativas de crédito seguem ampliando a presença territorial. No período de um ano, intensificaram a cobertura nacional e passaram a atuar em

51 novos municípios. O movimento ocorre na contramão das demais instituições financeiras convencionais, que, no mesmo intervalo de 2024, reduziram a atuação e deixaram de estar presentes em mais de 150 municípios, de acordo com o Anuário do Cooperativismo Brasileiro 2025.

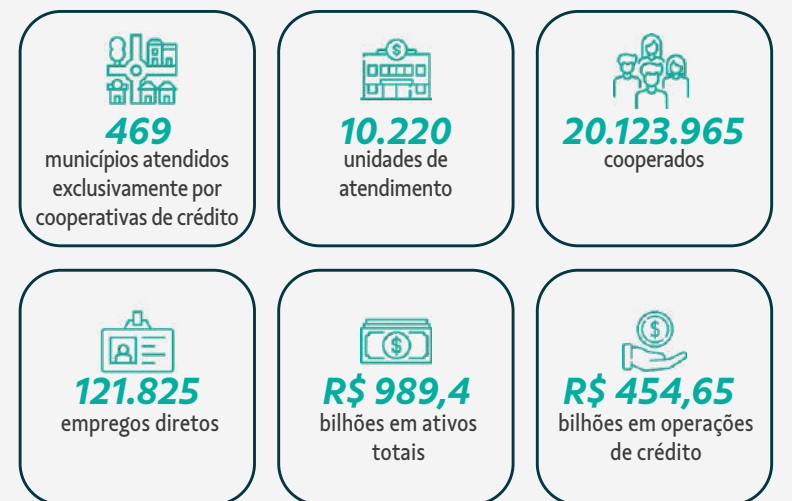
Esse avanço coloca as cooperativas em destaque dentro do Sistema Financeiro Nacional, proporcionando acesso da população às soluções financeiras e promovendo desenvolvimento regional de forma estruturada. Em 469 municípios, as cooperativas são as únicas instituições financeiras com atendimento presencial, evidenciando o papel essencial no atendimento a comunidades historicamente desassistidas.

Quando o assunto é crédito, esse peso econômico se torna ainda mais evidente. No acumulado do ano, as cooperativas de crédito movimentaram R\$ 454,65 bilhões em operações de crédito no



Fernando Mantelli,
cooperado da COCRED
desde 2002

COOPERATIVISMO DE CRÉDITO NO BRASIL



Fonte: Anuário do Cooperativismo Brasileiro 2025.

Brasil, ampliando o acesso a recursos para negócios como o de Mantelli e impulsionando a economia real.

Do crédito ao trabalho continuado

Mas o cooperativismo não está presente apenas no início das histórias, quando o crédito permite tirar uma ideia do papel ou expandir um projeto. Ele se mantém no dia a dia dos negócios, sustentando a continuidade, oferecendo ferramentas que garantem estabilidade e segurança ao longo do tempo. É o que acontece no Magazine Adib, em Pontal (SP), administrado por Telma Aparecida Damiano Carolo, que está há 50 anos à frente do comércio.

Tradicional no município, o negócio atravessou transformações profundas ao longo das décadas. Os meios de pagamento mudaram, a digitalização avançou, a concorrência aumentou e manter um fluxo de caixa bem-organizado passou a ser um desafio. Telma enfrentou cada uma dessas etapas com persistência e com o apoio da COCRED.

Ela conta que sempre manteve relacionamento com diferentes bancos, mas que foi na cooperativa que encontrou proximidade, algo que, segundo ela, faz toda a diferença na rotina de quem empreende. “Para quem tem comércio, o atendimento facilita tudo. Na COCRED, você é atendida fácil. Eles resolvem, ajudam, recebem duplicata, arrumam troco, olham a conta, acompanham. Isso é muito importante”, afirma.

Com a cooperativa, Telma passou a utilizar soluções que contribuíram para a organização da gestão financeira, especialmente as maquininhas Sipag. “Eu tive um problema com outra máquina, porque estavam descontando como se eu tivesse solicitado adiantamento do cartão, mas nunca fiz isso. Devolvi na hora. Depois disso, comecei a usar só a maquininha Sipag, porque nunca me deu dor de cabeça.”



Telma Aparecida Damiano Carolo, cooperada da COCRED desde 2008

O relacionamento próximo com a equipe da agência reforçou ainda mais essa confiança. “Se eu preciso aumentar o limite do cartão, conferir alguma movimentação, tirar uma dúvida, tudo eles conferem para mim. É fácil. É diferente”, relata. Além da maquininha Sipag, o vínculo com a cooperativa se constrói no cotidiano. O

marido de Telma é quem mantém a rotina de visitas à agência para resolver as demandas do negócio.

Essa convivência frequente fortalece uma relação de confiança mútua. Enquanto a cooperativa conhece de perto a realidade da empresa, o empreendedor se sente seguro para contar com esse suporte no dia a dia. Em uma cooperativa, o empreendedor não é um cliente, mas um cooperado. Isso significa que ele é parte ativa do todo. É essa relação, baseada em proximidade, que sustenta negócios capazes de atravessar décadas, como o de Telma.

Da cidade ao campo

A força do cooperativismo de crédito também se revela longe dos centros urbanos, onde o agronegócio sustenta economias inteiras e exige um tipo de parceria que vá além do crédito pontual. Foi no campo, inclusive, que nasceram as cooperativas de crédito no Brasil, criadas para atender produtores que não encontravam respaldo no sistema financeiro tradicional. A história da COCRED começa nesse mesmo chão, lado a lado com o agro, acompanhando safras, ciclos, riscos e decisões que não cabem em planilhas genéricas, mas sim no atendimento olho no olho.

É nesse contexto que se insere a trajetória do engenheiro agrícola Rafael Silveira Lodo, empreendedor do setor sucroenergético que encontrou no cooperativismo um aliado estratégico para crescer de forma estruturada. O negócio sur-

giu a partir da produção de mudas de cana-de-açúcar (MPB), um mercado altamente técnico e essencial para a renovação dos canaviais brasileiros. Com área própria e marca consolidada, a empresa expandiu rapidamente após o fechamento de uma grande base produtiva do setor, abrindo espaço para novos fornecedores.

Hoje, a empresa atende usinas e produtores de diferentes portes em várias regiões do país. A operação alcança estados como Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais e Tocantins, com uma logística que percorre milhares de quilômetros para levar material genético de qualidade a diferentes ambientes de produção. “A gente atende qualquer tipo de produtor, do pequeno ao grande. Onde tem demanda, a gente consegue chegar”, resume Lodo.

As mudas produzidas garantem qualidade genética, redução de pragas e doenças e uma expansão muito mais rápida de novas variedades. “Antes, demorava anos para você conseguir colocar uma nova cana em escala comercial. Hoje, com um hectare, conseguimos expandir muito a produção”, explica. Em um setor pressionado pela mecanização, compactação do solo e necessidade de adaptação a diferentes épocas de colheita, esse ganho é decisivo para a produtividade das lavouras.

O crescimento acelerado, no entanto, exigiu investimentos relevantes em estrutura, área produtiva e capital de giro. Foi nesse momento que a COCRED se tornou parceira do negócio. Rafael já era cooperado como pessoa física desde jovem, mas foi com a abertura da empresa que o relacionamento se aprofun-

dou. A folha de pagamento passou a ser operada pela cooperativa e, aos poucos, a parceria se consolidou também no atendimento às demandas do negócio rural.

“Quando a gente começou a atender grupos grandes, como usinas, tivemos que investir pesado. A COCRED abriu portas para a gente crescer de forma organizada”, conta. Em um mercado marcado por oscilações de preço, queda nas commodities e instabilidade econômica, ter um parceiro financeiro que conhece a realidade do campo faz diferença. “O agro tem ciclos, tem anos bons e anos difíceis. E isso precisa ser entendido.”

Essa proximidade se reflete também no relacionamento humano. “A gente conhece todo mundo da agência. É diferente de outros bancos, que trocam de gerente toda hora. Aqui tem relacionamento de verdade”, afirma o engenheiro. A experiência de Lodo dialoga com a de tantos outros cooperados que, em contextos diferentes, encontram no cooperativismo de crédito o mesmo apoio baseado em confiança e continuidade.

Das prateleiras de uma mercearia no interior paulista às lavouras de cana que abastecem usinas em todo o país, as histórias se conectam por um mesmo fio condutor, a confiança. É ela que sustenta a relação entre cooperativa e cooperado e faz do cooperativismo de crédito um instrumento real de desenvolvimento. Ao apoiar empreendedores urbanos e rurais, as cooperativas de crédito constroem um mundo melhor, fortalecendo famílias, gerando empregos, movimentando economias locais e contribuindo para comunidades mais equilibradas, resilientes e prósperas.



Rafael Silveira Lodo, cooperado da COCRED desde 2018

Nutrindo o hábito de INVESTIR

Com educação financeira e orientação adequada, a renda fixa ganha destaque como alternativa segura para organizar as finanças, proteger o patrimônio e planejar o futuro.

A primeira pergunta que Soraya Santiago fez à sua gerente de contas ao receber o convite para aplicar o dinheiro que mantinha guardado foi se aquilo era garantido. A dúvida vinha de alguém que, por muitos anos, utilizou a caderneta de poupança como principal forma de guardar recursos. Proprietária de uma tradicional

imobiliária, com mais de 20 anos de história em Bauru (SP), Soraya não queria correr o risco de ver as economias de uma vida expostas à incerteza.

Guardar dinheiro sempre fez parte de sua rotina. A poupança cumpria esse papel com segurança e simplicidade, características importantes para quem prioriza estabilidade.

Por muito tempo, essa foi a escolha da maioria dos brasileiros, especialmente em um país onde a educação financeira ainda é um desafio. Com o passar dos anos e diante de um cenário econômico mais dinâmico, novas alternativas passaram a fazer parte das conversas sobre planejamento financeiro.

Soraya não era uma leiga no assunto, já que o filho e a irmã já investiam. Mesmo assim, a decisão de mudar a modalidade do investimento não veio sozinha. A empresária buscou orientação especializada e encontrou na COCRED o apoio necessário para entender as opções disponíveis. “Eu não sou uma pessoa que fica estudando investimento. Então precisava de algo seguro, que eu colocasse o dinheiro e não precisasse mexer”, aponta.

Foi assim que a empresária passou a investir em renda fixa por meio do Recibo de Depósito Cooperativo (RDC). Na prática, a renda fixa reúne aplicações em que as regras de remuneração são conhecidas no momento da aplicação, o que oferece maior

Soraya Santiago, cooperada da COCRED desde 2023

previsibilidade ao investidor. Diferentemente da poupança, que segue sendo uma alternativa válida para reservas de médio e longo prazo, esse tipo de investimento possui potencial de rendimento superior. “Quando me explicaram e disseram que era garantido, eu aceitei. É seguro e ainda rende mais.”

O receio com investimentos mais voláteis também influenciou na hora de escolher. “Criptomoeda eu tenho medo. A volatilidade assusta”, afirma. Para Soraya, investir não tem relação com apostar, mas com disciplina e proteção do patrimônio. Como investidora, a empresária busca a praticidade e confiança. “É um dinheiro que eu aplico e não mexo. A disciplina está aí”, diz.

A experiência de Soraya reflete um movimento mais amplo no país. Segundo a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), o montante investido por pessoas físicas no país chegou a R\$ 7,9 trilhões no fim do primeiro semestre de 2025. O dado considera as aplicações do varejo alta renda, tradicional e private. Com a Selic acima dos dois dígitos, a renda fixa segue na liderança das preferências, representando 58,9% de todo o volume investido no país. O segmento cresceu 8,2% no período, totalizando R\$ 4,68 trilhões.

Parte significativa desse avanço veio de produtos isentos de Imposto de Renda, como por exemplo as Letras de Crédito do

Agronegócio e Imobiliário, LCA e LCI. Juntas, essas modalidades somaram R\$ 1,39 trilhão, alta de 12,2% no semestre. Já os Recibos de Depósito Cooperativo (RDCs) e Certificados de Depósito Bancário (CDBs) atingiram R\$ 1,15 trilhão, crescimento de 9,9%.

Novos hábitos

Se Soraya representa quem nutriu desde cedo o hábito de guardar dinheiro, ainda que em uma modalidade mais tradicional e menos rentável, Júlia Barcelos simboliza uma geração que passou a se preocupar mais com o planejamento de longo prazo a partir do empreendedorismo. Dentista e proprietária de uma clínica em Orindiúva (SP), ela admite que educação financeira





não fazia parte de sua rotina antes de assumir o próprio negócio.

“Eu nunca tive o hábito de investir. Estou aprendendo agora”, conta. Aos 27 anos, Júlia divide a rotina entre o atendimento clínico e a gestão da empresa. É ela quem cuida das compras, dos pagamentos, dos investimentos em equipamentos e do planejamento financeiro como um todo. “Até hoje é um desafio. Não sei se estou fazendo tudo certo, mas está dando certo”, brinca.

A mudança no hábito veio com a responsabilidade de empreender. Ao assumir a clínica, Júlia passou a separar com rigor as finanças pessoais das da empresa, uma prática fundamental para

quem está no início da jornada empresarial. “O que é da clínica fica na clínica. O que é meu, eu organizo à parte. Assim consigo ter mais controle e pensar no futuro”, explica.

Cooperada da COCRED, a empresária ainda tem o hábito de investir em renda fixa como uma prática recente, mas o interesse por aprender tem crescido junto com o negócio. “Hoje eu busco mais conhecimento, converso, pergunto e tento entender. Quero crescer com planejamento”. Para ela, investir também significa reinvestir no próprio negócio, em tecnologia, estrutura e melhoria constante, entendendo que o retorno nem sempre é imediato, mas é construído com consistência.

Na prática, Soraya e Júlia, de gerações e realidades diferentes, mostram que não existe um único caminho quando o assunto é investir. Há quem comece pela poupança e avance gradualmente para a renda fixa, há quem só desperte para o tema em um momento específico da vida. Mas, em todo caso, a importância da orientação adequada e do acesso à informação é evidente.

Na COCRED, os cooperados encontram assistência para entender as diferenças entre poupança e investimentos, avaliar riscos e escolher produtos alinhados aos seus objetivos. Soluções de renda fixa, como RDC e LCA, fazem parte do portfólio da cooperativa e oferecem segurança, previsibilidade e planejamento, sempre com acompanhamento próximo.

Educação financeira não se forma de um dia para o outro. Ela se constrói com informação, acompanhamento e escolhas conscientes. E, nesse percurso, a COCRED é o ponto de partida para quem decide, enfim, transformar o hábito de guardar dinheiro em planejamento financeiro de verdade.

A **COCRED** sempre entendeu que cooperar é um conjunto de ação, não apenas oferecer soluções financeiras. Ao longo de sua trajetória, a cooperativa atuou de forma próxima aos cooperados, incentivando escolhas mais conscientes por meio da disseminação de conhecimento à comunidade, através de projetos diversos de responsabilidade social.

Em 2025, essa estratégia ganhou ainda mais força quando o tradicional curso Conta com a Cocred Jovem foi incrementado com uma versão inédita. A edição universitária, desenvolvida especialmente para jovens entre 18 e 26 anos, matriculados no ensino superior e residentes em uma das 35 cidades de atuação da **COCRED**, uniu educação financeira e cooperativista de forma prática, acessível e transformadora.

Realizado on-line e ao vivo, com aulas aos sábados e duração de duas horas cada, o curso ampliou o acesso ao conhecimento ao contar também com o apoio de intérpretes de Libras, garantindo inclusão e acessibilidade a jovens com deficiência auditiva. A proposta estimulou a construção de uma relação mais saudável, estratégica e sustentável com o dinheiro, especialmente em uma fase marcada por decisões importantes para o futuro pessoal e profissional.

Ao longo da jornada, os participantes foram incentivados a identificar despesas, planejar o orçamento de maneira prática, revisar hábitos financeiros, definir metas e compreender a sustentabilidade financeira como base para autonomia e bem-estar. Também foram trabalhadas estratégias para aumento de renda alinhadas ao propósito de vida e à trajetória acadêmica de cada aluno.

Os estudantes que acompanharam ao menos 75% das aulas e entregaram o trabalho final receberam certificado de conclusão, com horas complementares válidas para a graduação. Os destaques da turma ainda tiveram seus currículos cadastrados no Banco de Talentos da **COCRED** e foram reconhecidos com premiações.

Quer saber mais sobre essa e outras iniciativas de educação financeira da **COCRED**?
Aponte a câmera para o QR Code e confira.



Futebol é sinônimo de COOPERAÇÃO

Em escolinhas e projetos sociais, a paixão nacional se torna ferramenta para transformar realidades, formar cidadãos e ensinar o valor de cooperar por conquistas coletivas.

“O futebol mudou minha vida e a da minha família”. A frase poderia ter sido dita por milhares de brasileiros que tiveram a trajetória transformada por esse esporte centenário. No país do futebol, há quem veja a vida mudar pela paixão de torcedor, pela emoção de acompanhar o time do coração levantar um título. Há quem encontre no esporte um refúgio para a saúde mental, um espaço de pertencimento e alívio. E há, ainda, quem tenha a vida transformada ao se profissionalizar e, por meio do futebol, conquistar melhores condições para si e para a família. Este foi o caminho de Fábio Carille, responsável pela frase que abre este texto.

Aos 52 anos, o treinador, que também atuou como jogador profissional, revisita a própria história com a serenidade de quem aprendeu a encaixar cada etapa da vida em seu devido lugar. Quando menino, Carille já sonhava em ser jogador de futebol. Natural da cidade de São Paulo, mudou-se aos 12 anos para Sertãozinho (SP). Pouco tempo depois, precisou colocar o sonho em segundo plano ao compreender que era necessário ajudar em casa. Trabalhou como office boy e, pos-

teriormente, no setor de inspeção de uma usina de cana-de-açúcar em Pradópolis (SP).

Apesar da rotina intensa e das responsabilidades precoces, a paixão pelo futebol permanecia ali, como uma esperança adormecida. Foi aos 20 anos que tudo mudou, após um teste que, por muito pouco, não ficou pelo caminho.

“Aconteceu um teste em Sertãozinho, que foi no sábado de manhã. Eu tinha trabalhado até sexta e não ia. De repente, acordei no sábado, peguei a chuteira, fui fazer o teste e passei. Acredito muito em destino. Acho que eu tinha que fazer o teste e as coisas tinham que acontecer desse jeito. Assim começou minha vida no futebol”, relembra.

Sem sequer ter passado pelas categorias de base, Carille foi aprovado nos juniores do Sertãozinho e se viu diante da primeira grande decisão da carreira. Para viver o sonho, precisaria abrir mão de um salário maior e da estabilidade que a usina proporcionava à família. O futuro era incerto, mas, com o apoio do pai, a escolha foi feita e o jovem passou a integrar o time do “Touro dos Canaviais”, atuando como lateral-esquerdo.

Naquele tempo, cada chute dado representava um passo em direção a um futuro melhor, um grito silencioso de quem acreditava que o esporte poderia ser a ponte entre o menino que ele foi e o homem que desejava se tornar. Como milhões de jovens brasileiros, Carille depositava no futebol a esperança de mudar de vida e aos poucos viu seus sonhos se tornarem realidade.

O tempo passou e aquele garoto sonhador cresceu. Vestiu camisas de peso, sentiu o coração pulsar em estádios lotados e carregou no peito escudos que representam paixões de um país inteiro. Entre eles, o do Corinthians, onde viveu alguns dos capítulos mais marcantes da própria trajetória e da história do clube paulista. No time, Carille foi jogador, integrou a comissão técnica e, mais tarde, assumiu o comando como treinador.

Foi fora das quatro linhas, à beira do gramado, que o sonho de menino superou as expectativas. Tornou-se técnico, líder e referência. Em 2017, como treinador efetivo do Corinthians, conquistou o Campeonato Brasileiro e o bicampeonato paulista. Retornou ao clube em 2019, após uma passagem pelo Al-Wehda, da



Fábio Carille, cooperado da COCRED desde 2021

Arábia Saudita, e levantou mais um título, se tornando tricampeão da competição estadual.

Mas o futebol que transformou a vida de Fábio Carille não se resumiu às conquistas, aos títulos ou aos holofotes. Com o amadurecimento, a experiência acumulada ao longo de décadas passou a ganhar outro significado: o de devolver ao futebol e à comunidade parte de tudo o que ele próprio recebeu. Porque, se o esporte foi capaz de abrir caminhos quando tudo parecia improvável, ele também poderia ser instrumento de transformação para outras histórias ainda em construção.

Em Sertãozinho, a cidade onde tudo começou, essa devolutiva ganhou forma em 2015, com a criação da Escola de Futebol Fábio Carille. Voltada a crianças e adolescentes de 4 a 16 anos, a iniciativa nasceu com uma proposta que vai além da formação esportiva. Ali, o futebol é ferramenta, não fim. Serve para

ensinar fundamentos técnicos, mas também valores como respeito, disciplina, dedicação e, claro, cooperação.

Com o tempo, o projeto se expandiu e deu origem ao Instituto Carille, ampliando o alcance social da iniciativa. Desde 2023, o instituto atende cerca de 150 crianças e adolescentes no contraturno escolar, oferecendo atividades esportivas, acompanhamento psicológico e assistência social às famílias cadastradas. Mesmo não estando à frente da operação cotidiana, Carille acompanha o projeto de perto. “É preciso persistir, insistir e acreditar. Cada menino ali precisa acreditar em si mesmo para alcançar. É uma vida de sacrifício, com concorrência muito grande, mas quem chega lá alcança muita alegria e satisfação”, afirma.

Para o treinador, tanto a escola quanto o instituto cumprem um papel que ultrapassa a formação de futuros atletas. “O instituto é para formar melhores cidadãos, em todos os sentidos. Nem todos vão

chegar ao profissional, é um caminho muito difícil, mas, de alguma forma, a gente ajuda esses meninos a serem indivíduos melhores, homens com caráter, respeito e personalidade”, completa.

A lógica que sustenta o projeto é a mesma do futebol dentro de campo. Ninguém vence sozinho. Cada passe, cada jogada e cada resultado depende do coletivo. Essa compreensão é construída diariamente com as crianças e adolescentes atendidos e se conecta aos princípios da COCRED, cooperativa da qual tanto o treinador quanto a escola e o instituto são cooperados. Ao oferecer soluções financeiras de qualidade para iniciativas como essas, a COCRED fortalece o ciclo virtuoso do cooperativismo, em que os recursos retornam para a comunidade em forma de desenvolvimento social, formação de cidadãos e novas oportunidades. Assim, o cooperativismo cumpre seu papel de gerar impacto além do financeiro, promovendo transformação real na sociedade.



Futebol que forma e transforma

Não muito longe de Sertãozinho, em Barrinha (SP), o futebol também tem cumprido um papel essencial. Em um município com pouco mais de 32 mil habitantes, escolinhas e projetos esportivos se tornam espaços fundamentais de formação, transformação, acolhimento e construção coletiva. É o caso do Espaço Futebol e da Escola Camisa 10, iniciativas que

atendem atualmente cerca de 110 crianças e adolescentes entre 5 e 15 anos.

À frente do trabalho está Fábio Alves, diretor da escolinha e quem acompanha de perto o desempenho esportivo, a rotina, o comportamento e a evolução pessoal de cada aluno. Os treinos acontecem ao longo da semana, com foco técnico, físico e tático, organizados por categorias de idade. Os alunos participam de

atividades coletivas e amistosas, colocando em prática tudo o que foi trabalhado nos treinamentos.

Além da preparação esportiva, o futebol ali funciona como disciplina diária, estímulo à convivência e incentivo à permanência na escola. “Desde o começo, a gente deixa muito claro que virar jogador profissional é muito difícil. É um em um milhão. Por isso, o nosso principal objetivo é preparar esses meninos para a

vida”, explica Alves. A exigência de frequência escolar, o diálogo constante com as famílias e o acompanhamento individual fazem parte da metodologia adotada. “Aqui, para treinar, tem que estudar”, complementa.

Embora muitos alunos sonhem em seguir carreira profissional, o projeto também acolhe crianças que buscam no esporte outros benefícios: socialização, inclusão, saúde e até apoio emocional. Entre os alunos, há jovens com deficiência, crianças em processo de emagrecimento e aquelas que encontram no futebol uma alternativa ao excesso de tempo em frente às telas.

A lógica do coletivo é trabalhada desde cedo. Nos treinos e campeonatos, as crianças aprendem que o resultado não depende apenas do talento individual, mas da capacidade de atuar em

grupo. “Quando eles jogam entre si, às vezes não percebem tanto. Mas quando enfrentam outra escolinha, entendem rápido que ou jogam juntos ou perdem juntos. A cooperação fica muito clara ali”, conta.

Em Santa Rosa de Viterbo (SP), a lógica é semelhante. A escolinha vinculada ao Primavera Country Club, também cooperado da COCRED, atende crianças de 4 a 12 anos, com treinos regulares, participação em campeonatos regionais e um trabalho estruturado que combina formação esportiva e desenvolvimento humano. Após a pandemia, o projeto passou por um período de readaptação, mas logo retomou o crescimento. Em dois anos, saltou de cerca de 40 para quase 150 alunos.

“O nosso objetivo é formar caráter. Se lá na frente alguém virar

jogador, ótimo. Mas, acima de tudo, queremos formar bons cidadãos”, explica Vinícius Costa, treinador e coordenador da escolinha. “O esporte é vida. O que eles aprendem aqui serve para casa, para a escola e para o trabalho”, complementa.

O projeto também se destaca pela diversidade. Meninas participam ativamente dos treinos e competições, dividindo o campo com os meninos em diferentes categorias. Para Costa, essa convivência é natural e educativa. “Elas treinam normalmente com todos. O futebol é para todos”, afirma.

Além dos alunos associados ao clube, a escolinha mantém uma importante frente social. Crianças e adolescentes da cidade que não são sócios também podem ser acolhidos, especialmente quando demonstram interesse, dedicação e potencial técnico

para contribuir com o grupo. A proposta é ampliar o acesso ao esporte e revelar novos talentos.

Por lá, cada aluno é acompanhado de forma individual, mas sempre com o olhar voltado ao coletivo. Jogos associativos, atividades colaborativas e dinâmicas de cooperação fazem parte da metodologia aplicada desde as primeiras idades. “Desde os 4 anos, a gente ensina que o coletivo é maior do que o individual. O talento pessoal só faz sentido quando potencializa o grupo”, resume o treinador.

Essa visão tem raízes na própria trajetória do profissional. Antes de ocupar a função à beira do campo, ele esteve exatamente no lugar das crianças que agora orienta. Desde pequeno, teve o futebol como sonho, passou por categorias de base e chegou a atuar em Anápolis (GO). Após encerrar a carreira como jogador profissional, decidiu ressignificar a relação com o futebol.

Em 2015, ele ingressou no Primavera Country Club como auxiliar e, aos poucos, construiu sua trajetória como educador e treinador.

Hoje, transforma a própria experiência em ferramenta pedagógica, usando o futebol como meio para orientar, motivar e formar. Para ele, trabalhar com futebol é cuidar de futuros, ajudando cada criança e adolescente a encontrar seu lugar dentro e fora de campo.

Paixão nacional e mundial

Neste ano, a Copa do Mundo faz com que os olhos do mundo inteiro se voltem, ao mesmo tempo, para o futebol. De 11 de junho a 19 de julho, o esporte volta a ocupar o centro das conversas, das emoções e das atenções globais. É um show de pluralidade e cooperação, afinal, se existe um esporte em que a cooperação é determinante para o sucesso, esse esporte é o futebol. Durante 90 minutos ou mais, atletas colocam esforço individual a serviço do coletivo para transformar dedicação em resultado no placar. Toda vitória se torna coletiva.

Essa lógica não se restringe aos grandes estádios. Ela se repete, diariamente, em campos menores, em escolinhas, projetos sociais e iniciativas comunitárias espalha-

das pelo país. E é nesse ponto que o cooperativismo encontra o futebol. Assim como no jogo, quando um serviço financeiro é bem oferecido, quando há apoio estruturado e compromisso de longo prazo, o resultado também é coletivo.

Ao apoiar projetos esportivos e iniciativas sociais, as cooperativas fortalecem um ecossistema em que o desenvolvimento retorna para a comunidade em forma de oportunidades, inclusão e formação humana. O impacto é percebido em negócios mais sustentáveis, projetos mais sólidos e pessoas mais preparadas para agir com cooperação.

É por isso que a COCRED atua, há mais de 56 anos, oferecendo apoio financeiro, estrutura e orientação para que iniciativas saiam do papel, se fortaleçam e ganhem continuidade. Ao impulsionar projetos esportivos e sociais, a cooperativa contribui para a gestão, a organização e o crescimento de ações que transformam realidades e impactam positivamente a vida de incontáveis pessoas. Assim, a COCRED ajuda a transformar campos em campos de oportunidades.



Crédito: Divulgação



O Brasil QUE ALIMENTA

Referência internacional em agronegócio, Marcos Sawaya Jank analisa o papel estratégico do Brasil na segurança alimentar global e os caminhos para fortalecer a atuação do país no cenário internacional.

Parte fundamental da identidade econômica e estratégica do Brasil, o agronegócio ocupa posição central no debate sobre produção de alimentos, comércio internacional, sustentabilidade e segurança alimentar. Reconhecido mundialmente por sua capacidade produtiva, o país figura entre os maiores exportadores globais de soja, café, carnes, açúcar e celulose, exercendo influência direta sobre os sistemas agroalimentares que abastecem diferentes regiões do planeta.

Para aprofundar esse tema e discutir os desafios e oportunidades do Brasil nesse cenário em transformação, a COCRED MAIS conversou com Marcos Sawaya Jank, uma das principais referências em temas agroalimentares globais. Com 37 anos de carreira dedicados ao setor, Jank construiu uma trajetória que transita entre a academia, o setor público, o mundo empresarial e organismos internacionais, sempre com foco na agropecuária e nos mercados globais de alimentos.

Professor sênior do Insper e



coordenador do Insper Agro Global, Jank também acumula experiências como pesquisador, executivo, dirigente de entidades setoriais e conselheiro de grandes empresas do agronegócio.

Viveu e trabalhou por uma década no exterior, com passagens pelos Estados Unidos, Europa e Ásia, acompanhando de perto a dinâmica global da produção, do consumo e do comércio de alimentos.

Nesta entrevista, ele analisa o papel atual do Brasil nos sistemas agroalimentares globais, os impactos das mudanças climáticas, da geopolítica e do crescimento da demanda asiática, além dos gargalos logísticos, da sustentabilidade e das estratégias necessárias para que o país amplie sua relevância no cenário internacional.

Começando básico. Quando falamos em sistemas agroalimentares globais, do que exatamente estamos falando? Como podemos explicar esse conceito?

Marcos Sawaya Jank | Quando a gente olha cadeias agroalimentares ou sistemas agroalimentares, estamos falando basicamente da junção da agropecuária, que é um setor primário, com as indústrias que estão para frente e para trás da fazenda, como indústrias de insumos, equipamentos, agroindústria e a distribuição até chegar no consumidor final. Tem ainda várias indústrias que não são alimentares e que também fazem parte do agronegócio, como indústria de fibras, indústria de celulose, de borracha e etc. Hoje, o Brasil é muito importante nesse contexto, sendo o quarto maior produtor de

alimentos do mundo e o terceiro maior exportador. Se a gente olhar só nas commodities agropecuárias do Brasil, o país é o primeiro do mundo e tem também o maior saldo comercial agrícola do planeta.

Pensando nesse contexto global, qual é o papel atual do Brasil na oferta de alimentos ao mundo?

Marcos Sawaya Jank | O Brasil é especializado, essencialmente, na produção de *commodities*. Não somos fortes na produção de produtos finais, aqueles que chegam ao consumidor com marca, embalagem, *marketing* e com uma distribuição que atinge os pontos de venda. O Brasil está mais no ramo das commodities, que são produtos padronizados, cotados em bolsa e produzidos no mundo inteiro. Em comparação, o Brasil é mais eficiente que outros países para fazer *commodities*, como de soja, milho, algodão, carnes, celulose, suco de laranja e café. Esses são os principais produtos que o Brasil exporta, e apesar de sermos superimportante nesses mercados, não somos bons em diferenciação e adição de valor. A gente hoje é o maior exportador de *commodities* agropecuárias do mundo. Então, a gente tem um papel nessa área, mas no valor adicionado na diferenciação, a gente ainda pode fazer muito mais, não é uma área que nós somos fortes. A Europa é forte nisso. Estados Unidos, mesmo alguns países da Ásia, Austrália, aqui na América Latina, o Chile e o México. São países que fazem valor adicionado.

Como avalia o futuro da segurança alimentar global e a im-

portância estratégica do Brasil nesse cenário?

Marcos Sawaya Jank | O cenário é de uma redução importante da fome e da desnutrição no mundo, se a gente olhar nos últimos 20, 30 anos, isso foi muito forte, principalmente na Ásia e na China, mas nos anos depois da pandemia, a gente teve um aumento da insegurança alimentar que vinha caindo e voltou a subir. Hoje em dia, a gente fala de 750 milhões de pessoas com problemas de fome e desnutrição no planeta. Sendo um grande produtor de commodities, o Brasil é um dos países mais importantes do mundo na redução da insegurança alimentar, principalmente pensando nas commodities que a gente exporta, que são cerca de 10 cadeias produtivas. A insegurança alimentar é muito forte, principalmente, nos países em desenvolvimento com destaque para a África e para a Ásia. Essas regiões tropicais da África e regiões tropicais da Ásia, e mesmo da América Latina, são as áreas que têm mais problemas de segurança alimentar no mundo e são clientes muito importantes do Brasil.

Quando falamos em infraestrutura, logística e portos, podemos dizer que o Brasil aproveita plenamente seu potencial para escoar a produção? Quais são hoje os gargalos mais urgentes?

Marcos Sawaya Jank | Antigamente, quando houve o desenvolvimento do Centro-Oeste, que a agricultura migrou para aquela região, a infraestrutura não acompanhou e passamos a ter que transportar commodities agropecuárias em caminhão a

cerca de 2.000 km até chegar no Porto. Nos últimos anos a gente teve investimentos naquilo que se chama intermodalidade. Investimos em trens e hoje temos uma conexão da Ferrovia Norte Sul, que vai desde o Maranhão até o Porto de Santos. Tem os investimentos da Ferro Norte que vai de Santos até Rondonópolis e deve chegar nos próximos anos a Lucas do Rio Verde. Tem a saída da BR 163 para os portos do Arco do Norte, que ficam no Pará. Então, esses investimentos diminuíram o problema da falta de logística de transporte. Nós ainda dependemos muito do caminhão, principalmente nas curtas distâncias, mas estamos avançando para ferrovias e hidrovias na longa distância, isso é muito positivo. Mas temos um problema grave que é o problema de armazenamento. Hoje, há safras cada vez mais importantes de grãos, de algodão e até mesmo de produção de carnes e celulose. Exportamos cada vez mais e a capacidade de armazenamento não é boa e esse é um problema, porque o produtor fica refém de ter que entregar e transportar logo, ele não consegue armazenar e segurar o produto. Em resumo, diria que hoje, na infraestrutura, a armazenagem é até mais crítica do que a questão de logística e portos. Ainda que todas essas áreas da infraestrutura precisem de mais investimentos por serem um gargalo importante do agro brasileiro. O Brasil é um país continental que infelizmente não construiu ferrovias e hidrovias lá atrás. Inclusive desmontou as que existiam e nos últimos anos esse problema ficou muito crítico principalmente no Centro-Oeste brasileiro. Mas volto a dizer, o maior problema

hoje é a armazenagem, não é a logística de transportes.

O crescimento populacional em países da Ásia vem alterando o consumo de alimentos no mundo. De que forma esse movimento deve impactar o agro brasileiro no médio e longo prazo?

Marcos Sawaya Jank | De fato, a região asiática, e principalmente a China, mas também o Sudeste da Ásia, o Oriente Médio e no futuro o sul da Ásia e a África, são regiões que têm enorme potencial de crescimento de demanda, porque essas regiões combinam, não todas, o crescimento populacional importante, o aumento de renda per capita, a urbanização acelerada e as mudanças de hábitos alimentares na direção de proteínas animais. Todas essas transformações são muito benéficas para a exportação brasileira, já que nós somos hoje o maior exportador de proteínas animais e vegetais do mundo. O nosso mercado está essencialmente na Ásia e na África. Hoje, mais na Ásia e no futuro, talvez na África, se a África se urbanizar e tiver aumento de renda per capita. Nesse momento, o nosso maior mercado é a China, mas também temos crescido no Sudeste da Ásia, no Oriente Médio e há um potencial muito grande no sul da Ásia, onde está a Índia e outros países que têm grande crescimento populacional nos próximos anos. Diria que a Ásia é o nosso holofote hoje, holofote no sentido de abrigar as regiões mais importantes que demandam os nossos produtos.

O Brasil é chamado por muitos como “celeiro do mundo”. Concorde com esse “título”?



Marcos Sawaya Jank | Não concordo que o Brasil seja o celeiro do mundo. Os países querem ser o seu próprio celeiro. Ninguém quer depender de outro país em comida. Comida é muito estratégico e o que a gente vê acontecendo no mundo é um movimento onde os países aumentam barreiras ao comércio, tarifas, cotas. Até os

no mundo. Ou seja, o comércio está mais para exceção do que para regra. Agora, o Brasil no comércio é superimportante e vamos continuar crescendo, mas acho que celeiro do mundo é um pouco de exagero. O que a gente pode fazer e deve fazer é identificar os países que têm problemas de produção, onde o consumo está crescendo e aí sim fazer acordos comerciais que favoreçam a venda de produtos. Mesmo assim, isso não garante uma posição estável para o Brasil no longo prazo, pois esses países sempre optarão pela autossuficiência, pela segurança alimentar própria em vez de depender de comércio internacional.

Na sua visão, como equilibrar produção, competitividade e sustentabilidade em um setor que precisa crescer, mas também atender critérios cada vez mais rigorosos?

Marcos Sawaya Jank | Fazemos isso há bastante tempo, mesmo antes de se falar em mudança do clima, a gente já tinha construído um programa de biocombustíveis que reduz fortemente as emissões de gases de efeito estufa. O etanol e o biodiesel são muito melhores do que gasolina e diesel. A gente fez isso nos anos 70, quando não tínhamos petróleo aqui. Hoje, 50% da matriz energética brasileira é renovável e limpa. Então, a gente faz muita coisa em termos de sustentabilidade, inclusive uma agricultura que produz duas, três safras por ano na mesma área, usando muito menos terra com alta produtividade. O que nós temos feito aqui no Brasil é exatamente isso, equilibrar

a produção, competitividade e a sustentabilidade. Esse setor tem sido exemplar nisso, mas temos problemas. Já o desmatamento ilegal que acontece no Brasil, que é o desmatamento dominante, precisa ser combatido porque ele funciona fora da lei. Nós temos problemas, mas o que a agricultura fez em termos de sustentabilidade e de energias renováveis é impressionante e nos coloca numa fronteira do mundo nessa área.

Em termos de política comercial, o que o Brasil pode fazer para diversificar mercados e reduzir a dependência de poucos parceiros, como a China?

Marcos Sawaya Jank | Temos uma dependência excessiva pela China. A guerra comercial que os Estados Unidos iniciaram com vários países do mundo nos tornou ainda mais dependentes da China e de commodities que a China precisa, como o caso das carnes, do algodão e, principalmente, da soja. Precisamos pensar em diversificar mercado e diversificar produtos, como cereais, frutas, verduras e outros. Temos que buscar outros mercados e eu acho que esse é um ponto importante nesse momento de guerra comercial que está acontecendo pelo mundo, de geopolítica e de problemas entre os países. Um mundo bipolar está surgindo, com pressões para você ficar de um lado ou do outro. Nesse cenário, temos que navegar, procurando nos colocar como um fornecedor confiável, próximo, amigo de todo mundo e que trabalha essencialmente na área de disponibilidade de alimentos para o mundo.

Ribeirão Preto: 170 ANOS DE HISTÓRIA

Um dos principais polos econômicos do interior paulista, a cidade construiu sua identidade a partir do café e transformou essa herança em um desenvolvimento que hoje projeta o município para o mundo.

Ribeirão Preto, terra do café. Orgulho de São Paulo e do Brasil". O verso do poema de Saulo Ramos, musicado por Diva Tarlá e eternizado no hino de Ribeirão Preto (SP), resume bem os 170 anos de história do município, celebrados em 2026. Isso porque a cidade que hoje abriga mais de 730 mil habitantes, consolidada como um dos principais polos econômicos e estratégicos do interior paulista, tem suas raízes profundamente ligadas às lavouras de café e um desenvolvimento exponencial digno de orgulho para o estado e para o país.

Quem nasce em Ribeirão Preto aprende desde cedo que o café é parte estruturante da cidade. Quem visita, não encontra dificuldades em identificar a herança

deixada pelo cultivo do grão. Ela está presente na arquitetura dos casarões da região central, nos nomes de importantes vias, como a tradicional Avenida do Café, na zona Oeste, e em pontos turísticos como o Museu do Café. Esses são alguns dos legados mais visíveis da cultura cafeeira, mas seus impactos mais profundos, econômicos, sociais e culturais, vão além do que os olhos alcançam.

Ribeirão Preto teve no café sua primeira atividade agrícola intensiva, responsável por atrair imigrantes europeus para a região em um momento decisivo da história brasileira, marcado pela transição do trabalho escravizado para o trabalho assalariado. Esse movimento foi determinante para a formação

econômica e social do município.

"A cidade tem uma identidade singular, pois foi formada no contexto cafeeiro, sendo um dos principais polos produtores de café fora do eixo do Vale do Paraíba, por isso, recebemos um influxo grande de imigrantes europeus. Esses imigrantes foram de suma importância para o desenvolvimento da indústria cafeeira na região e para o processo de substituição da mão de obra escravizada para a mão de obra assalariada", explica o historiador Pedro Colucci.

A presença desses imigrantes deixou marcas duradouras na cultura local e ajudou a construir uma cidade com identidade própria. "Nós temos uma cultura rica, pois

tivemos contato com a cultura vigente no Brasil na época e tivemos ainda a adesão de culturas como a italiana e germânica, proveniente desse fluxo migratório, fazendo de Ribeirão Preto uma cidade singular, tanto no estado de São Paulo quanto no cenário nacional", destaca Colucci.

O café também projetou Ribeirão Preto para além de suas fronteiras regionais, conferindo ao município protagonismo nacional ainda no século XIX. "O café foi e é um produto único para o contexto da cidade. Foi por ele que tivemos uma relevância de caráter nacional, sendo reconhecido até pelo D. Pedro II, que tinha um apreço grande por Ribeirão Preto". Essa ligação histórica permanece viva até hoje, não apenas nos registros oficiais, mas na memória coletiva da cidade. "Costumes presentes desde a fundação da cidade são vistos até os dias de hoje, mostrando que a memória coletiva do café continua viva a partir de centros históricos e de práticas sociais", complementa o historiador.

Além de impulsionar a economia, o café foi essencial para a construção da infraestrutura urbana e para o surgimento de símbolos arquitetônicos que ainda hoje definem a paisagem ribeirão-pretana. Com formação oficial em 1856, Ribeirão Preto viveu décadas de prosperidade impulsionadas pelo café. A crise econômica mundial de 1929

encerrou esse ciclo, mas não interrompeu o desenvolvimento do município. Novas culturas agrícolas ocuparam o território, como o algodão e as frutas, até que a cana-de-açúcar fosse reintroduzida, inaugurando um novo momento econômico e abrindo caminho para a diversificação que marcaria as décadas seguintes.

Califórnia brasileira

Não é possível falar de Ribeirão Preto sem mencionar o apelido que atravessou gerações: "Califórnia brasileira". A expressão surgiu na década de 1980, quando reportagens nacionais passaram a retratar os efeitos da indústria do açúcar e

do álcool na economia da região. Assim como a Califórnia norte-americana, Ribeirão Preto vivia um período de crescimento acelerado, prosperidade e transformação profunda da paisagem urbana e rural.

A liderança econômica reconquistada com a força do agronegócio, especialmente da cana-de-açúcar, impulsionou o desenvolvimento de outros setores estratégicos. As receitas do campo convergiram para a cidade, fortalecendo o comércio, os serviços e a infraestrutura urbana, transformando Ribeirão Preto em um centro de atração regional.

Hoje, a cidade figura entre as economias municipais mais fortes do estado de São Paulo e do Brasil. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto (PIB) do município ultrapassa R\$ 52,3 bilhões, resultado de uma base econômica diversificada, que combina a força do agronegócio com a indústria, o comércio e um setor de serviços altamente especializado.

O resultado levou Ribeirão Preto a avançar três posições no ranking das cidades mais ricas do Brasil, chegando à 26ª colocação no levantamento mais recente do IBGE, à frente de centros econômicos como Uberlândia (MG) e Joinville (SC).

A vocação do município para o desenvolvimento é notável também



Pedro Colucci, historiador

em outras áreas, fora da economia. Ribeirão Preto se consolidou como referência em saúde, abrigando um dos maiores e mais importantes complexos hospitalares do interior do país: o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da USP. O HC é referência regional e nacional em atendimento de alta complexidade, ensino e pesquisa, atraindo pacientes, profissionais e pesquisadores de diversas partes do Brasil.

No campo da educação, a cidade reúne um dos campus mais relevantes da Universidade de São Paulo, com destaque para a Faculdade de Medicina, além de instituições privadas de renome, como a Universidade de Ribeirão Preto (Unaerp), o Centro Universitário Moura Lacerda e Universidade Paulista (Unip).

A infraestrutura urbana acompanha esse ritmo de crescimento e desenvolvimento. O município reúne uma ampla rede de shoppings centers, comércio diversificado, vida noturna intensa e opções culturais que reforçam sua posição como polo regional. No esporte, a cidade mantém uma ligação histórica com o futebol:

é a terra de Raí, tetracampeão mundial em 1994 com a Seleção Brasileira, que ajudou a projetar o município nacionalmente. Foi também na cidade que o irmão Sócrates cresceu e iniciou sua trajetória no futebol, até se consolidar como um dos maiores ídolos do Corinthians e vestir a camisa da Seleção em duas Copas do Mundo.

Essa herança esportiva do município se reflete também na presença de clubes tradicionais, como Botafogo e Comercial, e na importância de seus estádios para além das partidas. Esses espaços deixaram de ser apenas palcos do futebol e passaram a cumprir função estratégica na cidade. Fora dos dias de jogo, recebem grandes eventos, shows e festivais, contribuindo diretamente para o fortalecimento da economia local.

Favorecida pela localização estratégica, com fácil acesso à capital paulista, Ribeirão Preto entrou de vez na rota de grandes produções nacionais e internacionais. Com estrutura técnica preparada para receber apresentações de grande porte e capacidade para comportar milhares de pessoas, a cidade passou a atrair um público diverso.

O festival João Rock, por exemplo, dedicado à música brasileira, transformou Ribeirão Preto em referência nacional no circuito de festivais, reunindo milhares de pessoas a cada edição. No mesmo ritmo, o Ribeirão Rodeo Music é um dos maiores eventos sertanejos do país, atraindo multidões e gerando impacto considerável na economia ribeirão-pretana. Na edição de 2025, o encerramento do evento reuniu cerca de 52 mil pessoas, batendo recorde de público.

Herança cafeeira e vocação empreendedora

Mesmo com a transformação do campo e da cidade, o café nunca saiu de cena em Ribeirão Preto. Pelo contrário, permaneceu como símbolo cultural e como atividade econômica relevante, capaz de se reinventar ao longo das décadas. Um dos exemplos mais emblemáticos dessa trajetória é a Café Utam, empresa fundada em 1969 e que mantém sua matriz em Ribeirão Preto. “A Café Utam surgiu através da junção de 26 torrefações de café, concorrentes entre si, presentes na Alta Mogiana, retirando todas as marcas individuais do mercado e lançando uma marca única: Café

Utam, cujo significado é União das Torrefações da Alta Mogiana”, conta Ana Carolina Soares de Carvalho, diretora da empresa.

A marca nasceu forte no interior paulista e, ao longo do tempo, passou por processos de expansão e modernização. “Em 1985, todas as cotas foram vendidas para um grupo mineiro exportador de café cru, que através de investimentos constantes, transformou a torrefação de um produto único em um grupo com cinco unidades de negócios, com diversos produtos e canais de venda”, explica a diretora.

Hoje, reúne cerca de 250 colaboradores, atua em dois parques industriais modernos e trabalha com um portfólio amplo, que vai de cafés torrados e moídos a grãos especiais, cápsulas, *drip coffee*, cappuccinos e solúveis. Os produtos chegam a todo o Brasil por meio do *e-commerce*, representantes comerciais e parcerias no varejo do interior de São Paulo, Minas Gerais e capitais, além do envase de mais de 300 marcas de terceiros. Esse crescimento constante levou a empresa a encerrar 2025 com faturamento estimado em R\$ 250 milhões.



Ana Carolina Soares de Carvalho, diretora da Café Utam

“A Café Utam nasceu e cresceu junto com a cidade. Ao longo de seus 56 anos de história consolidou uma relação muito sólida com os ribeirão-pretanos, entregando qualidade e tradição, que criaram memórias afetivas, através do aroma e sabor do nosso café no cotidiano das famílias da cidade e região”, destaca a Ana Carolina. “Somos, com muito orgulho, o café de Ribeirão Preto”, complementa.

Esse mesmo espírito empreendedor está presente em outros segmentos do comércio local, especialmente no setor de alimentação. Restaurantes tradicionais e

novos negócios ajudam a moldar a identidade gastronômica da cidade, atraindo moradores da região e visitantes de fora. Muitos desses empreendimentos nasceram do zero em Ribeirão Preto e cresceram junto com a cidade, aproveitando o dinamismo econômico e o fluxo constante de pessoas.

É o caso do empresário Leonete Karen Czermanski, que comanda três casas conhecidas do público ribeirão-pretano: a Picanha da Fiusa, o Kikitos Bar e o Kikitos Grill. Fundada em 2002, a primeira unidade surgiu na Avenida Presidente



Vargas e marcou o início de uma trajetória construída com trabalho diário e conhecimento prático do ramo. Antes de empreender, Kiko, como é conhecido o empresário, atuou como garçom e cozinheiro junto ao irmão e ao primo.

Com forte influência da culinária do Sul do país, ao longo do tempo as casas passaram a ser reconhecidas pela fartura, pelo churrasco tradicional e pelo atendimento próximo – características que ajudaram a fidelizar o público.

Hoje, os três estabelecimentos somam cerca de 60 colaboradores e recebem não apenas o público local, mas também consumidores de cidades vizinhas e visitantes de ainda mais longe, que chegam a Ribeirão Preto atraídos pelo comércio, pelos eventos e pela força econômica da região.

Esse movimento ganha intensidade em períodos específicos do ano, impulsionado pelos grandes eventos sediados no município. Entre eles, a Agrishow se destaca como um dos principais motores de circulação econômica. Reconhecida como a maior feira de tecnologia agrícola da América Latina, a Agrishow transforma o município em vitrine internacional do agronegócio e impacta diretamente setores como hotelaria, alimentação, transporte e comércio.

Na prática, o reflexo é imediato. “Acaba vindo realmente muitos turistas. É um dos principais eventos que dá mais movimento para a gente, que mais chama atenção”, relata Kiko. Em termos percentuais, o aumento no fluxo de clientes é expressivo. “Uns 50% a 60% de crescimento”, afirma o empresário.

Além da feira, Kiko destaca que outros eventos corporativos e o calendário de confraternizações de fim de ano também ajudam a aquecer a economia local. Ainda assim, a Agrishow segue como o grande catalisador desse fluxo. “Quando tem Agrishow, vem muita gente de fora, de outros países, movimenta demais”, diz.

Presente na feira e profundamente integrada ao ecossistema diverso de Ribeirão Preto, que reúne indústria, agronegócio, comércio, serviços e entretenimento, a COCRED ocupa um papel estratégico. Empresas tradicionais e novos empreendedores encontram na cooperativa uma relação próxima e alinhada às necessidades reais de cada negócio. Tanto na Café Utam quanto nos empreendimentos do empresário no setor de alimentação, a parceria com a cooperativa acompanha diferentes fases da trajetória, do acesso ao crédito à gestão do dia a dia, consolidando-se como aliada de quem quer crescer no mesmo ritmo de uma cidade em constante expansão.

Plural e acolhedora

Quem conhece Ribeirão Preto, seja para trabalhar ou para visitar, logo percebe que a cidade se constrói a partir de múltiplas camadas. Há a Ribeirão da história preservada em ícones como o Theatro Pedro II, um dos maiores teatros de ópera do país, símbolo da riqueza cultural herdada dos tempos do café. Há a Ribeirão dos encontros, representada pelo tradicional Choperia Pinguim, ponto de convivência que atravessa gerações e traduz o espírito boêmio e receptivo do município. E há também a Ribeirão do lazer e do verde, presente no Bosque Zoológico Municipal, espaço de memória afetiva para moradores e visitantes.

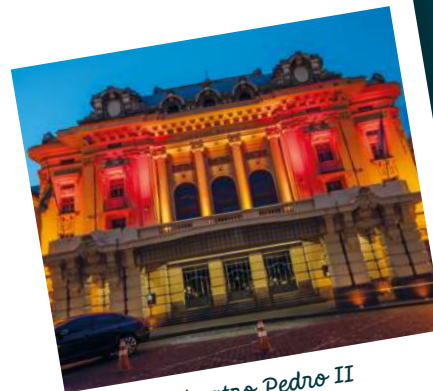


Leonete Karen Czermanski, cooperado da COCRED desde 2015

A cidade que cresce a cada dia, também se redescobre. Amplia sua infraestrutura, diversifica sua economia, fortalece a vocação para grandes eventos e se faz referência em áreas estratégicas como saúde, educação, agronegócio, comércio e serviços. Um desenvolvimento que não acontece de forma isolada, mas impulsionado por relações de proximidade, cooperação e confiança.

Ribeirão Preto é, hoje, resultado desse equilíbrio entre tradição e inovação, entre raízes profundas e olhar voltado para o futuro. Uma cidade que acolhe quem chega, valoriza quem fica e oferece oportunidades para quem quer crescer.

Parabéns, Ribeirão Preto, pelos seus 170 anos.



Theatro Pedro II



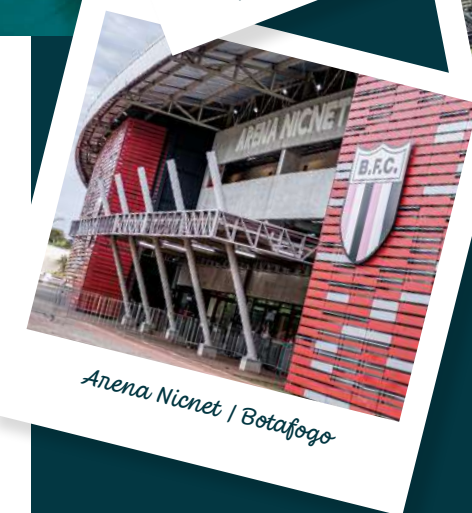
Parque Prefeito Luiz Roberto Jabáli / Curupira



Biblioteca Sinhá Junqueira



Estádio Comercial F.C.



Arena Nicnet / Botafogo

Com três agências em Ribeirão Preto e a participação no *hub* de inovação *Dabi Business Parque* gerido pela Central Sicoob São Paulo, a COCRED está presente no dia a dia de uma cidade diversa, dinâmica e empreendedora. A cooperativa atende uma base ampla e plural de cooperados, que vai do agronegócio ao comércio, da indústria aos serviços, acompanhando o ritmo de crescimento e transformação do município.

As unidades foram pensadas para oferecer a melhor experiência financeira aos cooperados. São espaços de relacionamento, proximidade e experiência, onde o cooperado encontra atendimento personalizado,

estrutura moderna e serviços alinhados às necessidades reais dos negócios e das pessoas. Um dos destaques é a agência da Avenida Wladimir Meirelles, a primeira da cooperativa na cidade a contar com espaço *co-working*, reforçando o compromisso com inovação, colaboração e novos modelos de trabalho.

Em Ribeirão Preto, a COCRED atua como parceira do desenvolvimento local, apoiando empresários, produtores e profissionais liberais em diferentes fases da jornada financeira. Uma presença construída com base na cooperação, na confiança e no propósito de promover justiça financeira e prosperidade.

População:
731.639 pessoas (2025)

Área territorial:
650,916km² (2024)

Índice de Desenvolvimento Humano Mundial (IDHM): 0,800 (2010)

PIB per capita:
R\$ 74.869,27 (2023)

Fonte: IBGE

COCRED em Ribeirão Preto
Unidade I e II

Av. Wladimir Meirelles Ferreira, 1115
Jardim Botânico

Unidade III

Av. Treze de Maio, 115
Jardim Paulistano



COCRED | Unidade I e II



COCRED | Unidade III



Leonardo Dias Ferreira,
cooperado da COCRED desde 2021

Consórcios no centro do PLANEJAMENTO

Sem cobrança de juros e com foco no planejamento de médio e longo prazo, os consórcios atraem empreendedores, famílias e jovens em busca de previsibilidade financeira.

Surpresa nem sempre é sinônimo de notícia positiva, mas uma boa surpresa pode ser descrita como aquela que chega de forma totalmente inesperada, supera expectativas e proporciona um momento de êxtase. Foi exatamente esse tipo de surpresa que apareceu em forma de notificação no celular do empresário Leonardo Dias Ferreira, de Sorocaba (SP). Cerca de cinco meses após contratar um consórcio de veículos

na COCRED, ele foi surpreendido com a contemplação de um veículo 0 km. “O primeiro consórcio que fiz na vida já foi premiado. Quando chegou o SMS avisando, eu pensei: será?”, conta Ferreira.

O sentimento de dúvida logo deu lugar à alegria da confirmação, que veio durante uma conversa com o gerente de contas na agência. Com a contemplação, o

empresário adquiriu o novo veículo, que chegou no momento certo para ajudar nas demandas do trabalho. Ferreira é proprietário de uma frota de caminhões utilizada na prestação de serviços a terceiros, como usinas e fazendas de produção. Atualmente, já são nove caminhões na frota e, no que depender do empresário, esse número está prestes a aumentar.

“O consórcio hoje é a melhor forma de você crescer profissionalmente. As taxas são muito baixas, caso você tenha um dinheiro reservado, ainda é possível dar um lance e conseguir adquirir mais rápido. É a melhor solução, ainda mais se tiver sorte, como eu”, diz. O plano agora é confiar novamente na boa sorte e ser contemplado em um novo consórcio da COCRED, dessa vez de veículos pesados.

Ferreira faz parte de uma estatística que não para de crescer no país: pessoas que encontraram nesse produto financeiro uma alternativa atrativa tanto do ponto de vista do planejamento quanto do custo-benefício. De acordo com a Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac), apenas nos primeiros dez meses de 2025 o Sistema de Consórcios registrou aumento de 15,7% nas vendas em comparação com o ano

anterior, chegando a 4,34 milhões de cotas comercializadas.

A economista Beatriz Selan explica que o aumento da procura por consórcios pode ser entendido como uma resposta ao cenário econômico desafiador, em que consumidores buscam alternativas de planejamento sem juros, com maior previsibilidade das parcelas e possibilidade de compra programada. “Os últimos anos têm sido desafiadores para diversas pessoas e uma das formas de organizar os orçamentos pessoais passa pela utilização dos produtos financeiros disponibilizados no mercado de crédito. Quando se pensa nesses produtos financeiros, muitas pessoas acabam buscando os consórcios porque querem fazer uma espécie de reserva de longo prazo com a possibilidade de ser contemplado antes do momento de resgate para tentar pro-



Beatriz Selan, economista

teger o seu poder de compra ao longo do tempo”, explica.

Outra vantagem do produto que atrai os contratantes é a versatilidade. O consórcio não atende apenas às necessidades profissionais, como a renovação de frotas ou a expansão de negócios, mas também se tornou um aliado na realização de projetos pessoais e familiares. Além das modalidades mais tradicionais, como imóveis e veículos, hoje é possível contratar consórcios de serviços voltados a diferentes objetivos, que vão de reformas e viagens a festas de casamento e procedimentos estéticos. Essa flexibilidade permite que o planejamento financeiro acompanhe diferentes momentos da vida, unindo racionalidade econômica e realização de sonhos.

Foi justamente essa combinação que motivou a decisão da contadora Sílvia Aparecida de Oliveira da Costa e Silva, de Ocauçu (SP). Cooperada da COCRED desde 2020, ela já possuía familiaridade com o funcionamento do produto e mantinha consórcios em andamento quando decidiu contratar mais um. Dessa vez, o investi-



Sílvia Aparecida Costa e Silva,
cooperada da COCRED desde 2020



Fonte: Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac)

mento tinha muito mais apelo emocional do que financeiro. Era a oportunidade de transformar em realidade o sonho que compartilhava com o pai e replicar um pouco da própria infância aos filhos. “A gente foi criado em área rural, minha infância toda foi em área rural e eu tenho dois filhos também. Então o sítio era o sonho do meu pai, mas também o meu. Acredito que a criança é mais feliz se ela tem esse contato com a área rural, com o sítio”, aponta. Após a contratação, não demorou para a contemplação acontecer e a família logo passou a desfrutar de um ambiente de tranquilidade e contato com a natureza, onde os pais de Silvia moram atualmente.

Ainda de acordo com a Abac, somente entre janeiro de 2020 e

setembro de 2025, mais de 580 mil consorciados foram contemplados no segmento de imóveis. Nesse período, o valor em crédito disponibilizado atingiu R\$ 107,6 bilhões, reforçando a maturidade do sistema e sua relevância para o mercado habitacional.

Atrativo à Geração Z

A ampliação do perfil dos consorciados também passa pela chegada de um público que, até pouco tempo atrás, ainda não aparecia com força nas estatísticas: a geração Z. Em um contexto de juros elevados, crédito mais restrito e maior preocupação com planejamento financeiro, jovens adultos têm encontrado no consórcio uma forma de organizar a vida financeira e construir patrimônio com pre-

visibilidade. O produto passa a ser visto como uma ferramenta de disciplina, capaz de estimular o hábito de poupar e de planejar aquisições de médio e longo prazo.

É nesse cenário que se insere Carlos Augusto Munhoz Ribeiro, de 26 anos, cooperado da COCRED desde 2018. Jovem empreendedor, ele começou cedo nos negócios, assumindo ainda aos 22 anos a gestão do mercado da família em Orindiúva (SP) e, posteriormente, abrindo o próprio posto de combustíveis. A relação com o consórcio também começou cedo e se consolidou como parte central da sua estratégia financeira. “Sempre achei consórcio uma coisa boa. Por conta da taxa administrativa e por não ter juros. Comecei muito novo nessa parte, porque foi a forma que eu achei de guardar dinheiro. De investir”, aponta.

Segundo ele, o consórcio funciona como uma espécie de poupança obrigatória, que o ajuda a manter constância nos aportes e foco nos objetivos. “Se eu não tivesse uma responsabilidade para eu estar pagando, eu não teria juntado esse dinheiro, não teria o que eu tenho hoje, nada. Tudo o que eu tenho foi com os consórcios”. Atualmente, Carlos participa de consórcios de imóveis e veículos, já foi contemplado antes do prazo final em algumas oportunidades, utilizou lances estratégicos e transformou cartas de crédito em terrenos e investimentos ligados aos próprios negócios.

Para ele, prazos mais longos tornam o produto ainda mais viável, já que mantêm a taxa e reduzem o valor das parcelas. “Eu prefiro com maior prazo por conta de a taxa ser a mesma. E é uma parcela mais baixa, menor, fica mais flexível para a gente estar pagando”. A experiên-

cia positiva, somada à relação próxima com a cooperativa, reforça a percepção de vantagem do modelo. “A cooperativa tem um diferencial por conta de ser uma taxa mais atraente. É mais fácil para a gente conversar e resolver as coisas.”

Do ponto de vista econômico, esse comportamento reflete uma mudança mais ampla na forma como os jovens se relacionam com o crédito. A economista Beatriz Selan explica que, em um ambiente de Selic elevada, o acesso a financiamentos tradicionais se torna mais difícil, especialmente para a geração Z, que tende a ter renda inicial menor e maior exposição ao endividamento via cartão de crédito.

“Os financiamentos tradicionais acabam se tornando inacessíveis a eles. Por outro lado, acredito que essa geração veja o consórcio como uma poupança obrigatória, porque

ela saberá que a parcela mensal será destinada à aquisição futura do bem, facilitando a compra do carro ou do imóvel”. Segundo a economista, trata-se de um público que começa a se programar para o longo prazo e a entender o consórcio como uma forma de construir patrimônio sem pressa, inclusive influenciado por conteúdos de educação financeira nas redes sociais.

Vale mesmo a pena contratar?

O crescimento do Sistema de Consórcios no Brasil não se explica apenas pelo aumento da demanda, mas também pelo contexto macroeconômico que tem favorecido esse tipo de produto. Para a economista Beatriz Selan, a Selic elevada ao longo de 2025 é um dos principais fatores por trás da maior atratividade do consórcio em comparação a modalidades tradicionais de crédito. “Desde maio de 2025, vivenciamos

um período de Selic elevada em 15% a.a., sem mostrar muitos sinais de redução. Essa taxa mais alta é o instrumento usado pelo Banco Central para frear a inflação, mas que pode gerar encarecimento de crédito via empréstimos e cartão de crédito”. Nesse cenário, o consórcio se destaca por não cobrar juros, operando com taxa de administração e permitindo um planejamento financeiro. “Acredito que o consórcio permita uma redução no custo efetivo total comparativamente a um empréstimo, já que ele se utiliza de uma taxa de administração ao invés de uma taxa de juros que pode gerar um custo exponencial quando se contrata um empréstimo”, afirma Beatriz.

Além do custo, ela destaca o papel do consórcio como instrumento de proteção do poder de compra ao longo do tempo, funcionando como uma reserva programada que pode ser utilizada antes mesmo do fim do plano, caso haja contemplação. “Muitas pessoas buscam os consórcios porque querem fazer uma espécie de reserva de longo prazo com a possibilidade de ser contemplado antes do momento de resgate, tentando proteger o poder de compra.”

A economista avalia ainda que o modelo tende a se consolidar nos próximos anos, impulsionado tanto pela ampliação das modalidades disponíveis, quanto pelo uso de tecnologia e inteligência artificial pelas administradoras, com foco em reduzir a inadimplência e melhorar a previsibilidade para o consorciado. Nesse movimento, o consórcio se afasta da lógica do consumo imediato, configurando-se como uma ferramenta de aquisição consciente, alinhada a um perfil de consumidor mais atento ao planejamento financeiro e ao custo real das suas decisões.



Carlos Augusto Munhoz Ribeiro, cooperado da COCRED desde 2018

Orgulho de PERTENCER

Aos 91 anos, Antônio Wilson Lovato revisita a trajetória no campo e relembra como o cooperativismo foi decisivo para transformar trabalho em patrimônio, pertencimento e legado familiar.



Uma vida inteira moldada pela lida no campo, pelo esforço diário e pela determinação. Aos 91 anos, Antônio Wilson Lovato segue lúcido, ativo e profundamente orgulhoso do caminho que construiu. Produtor rural desde jovem, ele nunca enxergou a atividade agrícola como

uma jornada solitária. Para Lovato, produzir sempre esteve ligado à cooperação, ao apoio mútuo e à construção coletiva, valores que atravessaram décadas e ajudaram a sustentar não apenas sua família, mas uma forma de organização que hoje beneficia milhares de produtores da região.

Nascido em Sertãozinho (SP), Lovato cresceu em meio à lavoura e ao trabalho desde cedo. “A gente tinha lavoura de café, de arroz, milho, amendoim... um pouco de tudo”, relembra. Ainda jovem, fez uma escolha definitiva. “Depois da escola, eu não quis estudar mais. Eu quis seguir a agricul-

tura. Sempre gostei da labuta”. Foram cerca de 35 anos vivendo na região até a mudança para Pitangueiras (SP), onde comprou terras e iniciou uma nova etapa da vida. “Eu comprei uma área e vim para cá. Graças a Deus, a gente foi bem-sucedido aqui.”

Ao longo dos anos, a produção passou por diferentes culturas. Soja, milho, arroz e laranja fizeram parte do caminho até que a cana-de-açúcar se consolidou como base do sustento da família. O início do plantio contínuo veio em 1959, acompanhando a expansão das usinas no interior paulista. “As usinas foram crescendo e procurando a gente para plantar cana. E graças a Deus, o trabalho da gente deu certo”. O crescimento foi resultado de rotina intensa, presença constante no campo e investimento contínuo. “Sempre produzi bem. Sempre fui crescendo com a produção.”

Com o tempo, Lovato percebeu que produzir bem não bastava. Era preciso acesso a insumos, crédito e segurança para atravessar períodos difíceis. Foi dessa necessidade concreta que nasceu sua aproximação com outros produtores e, mais tarde, sua participação direta na fundação da Copercana. O início foi simples e cercado de incertezas. “Fizemos uma reunião num domingo. Tinha bastante gente. Uns queriam, outros não queriam. No fim, ficou um grupo pequeno. Aí resolvemos fundar.”

A experiência mostrou que a cooperativa agropecuária resolvia parte das demandas do campo, mas havia uma lacuna fundamental. “Naquele tempo,

dinheiro em banco quase não existia para nós”. Foi assim que Lovato participou do surgimento da COCRED em 1969. Criada para oferecer crédito próximo e alinhado à realidade do produtor rural, a cooperativa nasceu e se consolidou. “A sorte foi o crédito da cooperativa”, diz. Para ele, a relação permanece clara: “Hoje, o agricultor não vive sem essa cooperativa”, complementa.

Mesmo aposentado, Lovato segue presente no dia a dia da propriedade. Acompanha a lavoura,

um trabalho honesto, bem-feito, sempre me deu renda. Eu tenho orgulho do que eu tenho.”

O orgulho também se estende à família. Casado há décadas, pai de dois filhos e avô de quatro netos, ele vê nos filhos a continuidade de um legado construído com persistência. “Graças a Deus, eu tenho uma família boa. Tenho filhos bons”. A relação com o cooperativismo atravessou gerações e segue como base da organização financeira da família.

Ao observar o tamanho que o cooperativismo alcançou na região, Lovato compara o início modesto com a solidez atual. Para ele, a força do modelo está na gestão e no sentimento de pertencimento. “A cooperativa é uma casa nossa”, diz.

A fala resume uma vida inteira dedicada à produção e à cooperação. Para o agricultor, o sucesso no campo nunca foi resultado de esforço isolado. Ele nasceu da capacidade de caminhar junto, dividir riscos e construir soluções coletivas. Um aprendizado que atravessa décadas, se renova nas novas gerações e segue vivo no cooperativismo.

“Hoje, o agricultor não vive sem essa cooperativa.”

conversa com funcionários e divide decisões com os filhos.

“Meus filhos me ajudam na parte burocrática, temos hoje dez funcionários”. O trabalho continua como parte central de sua identidade. “Eu me sinto bem. Foi





SÓ QUEM NASCEU
NO AGRO OFERECE
MAIS OPORTUNIDADES
PARA VOCÊ CRESCER.

+ produtividade
+ força
+ COCRED

COOPERADO COCRED CONTA COM O TÍTULO DE
CRÉDITO QUE FORTALECE OS NEGÓCIOS NO CAMPO
E IMPULSIONA UM FUTURO MAIS PRODUTIVO.

Conheça os benefícios da Cédula de Produto Rural Financeira (CPRF)
Fale com seu gerente ou visite uma agência.

COCRED
Mais parceria. Mais proximidade.

— — — **SICOOB**COCRED

Da urgência à REFERÊNCIA

De um contrato assumido às pressas à consolidação como destaque no setor da construção, a MV Power cresceu sustentada por decisões firmes e relações de confiança.

A história da MV Power não começa com investimento robusto, estrutura pronta ou mesmo um planejamento estratégico consolidado. Ela nasce da urgência, da corajosa decisão de encarar um desafio que parecia grande demais. Em 2017, ainda como prestador de serviços em uma usina solar em obra no município de Pirapora (MG), o engenheiro mecânico Lucas Volpon, hoje com 40 anos, se viu diante de um impasse quando a empresa estrangeira para a qual trabalhava encerrou as atividades no Brasil antes da conclusão dos testes elétricos do empreendimento. “Eu já era PJ, então disse para o cliente que poderia assumir a demanda. Eu precisava pagar minhas contas, precisava trabalhar”, conta Volpon.

Da necessidade imediata surgiu o primeiro contrato. Em 2018, a MV Power foi formalmente criada. Ainda pequena, a empresa nasceu com a missão de entregar serviços com rapidez, eficiência e alta qualidade, independentemente do tamanho do desafio proposto. O momento favorecia esse movimento: o setor de energia solar entrava em



seu primeiro grande ciclo de expansão no Brasil, impulsionado pela busca por diversificação da matriz energética e pela velocidade de implantação das usinas fotovoltaicas.

Foi nesse cenário que a MV Power encontrou espaço ao se especializar em testes elétricos para usinas. A atuação pioneira rapidamente colocou a empresa em posição de referência.

“Como não havia outras empresas no Brasil que realizassem tipos específicos de testes, alguns dos nossos procedimentos passaram a ser aceitos como padrão de mercado. Fomos pioneiros e crescemos a partir disso”, destaca o engenheiro.

Até o fim de 2020, a atuação estava concentrada exclusivamente no comissionamento. A empresa atendia mais de 70% do mercado nacional nesse nicho e contava com cerca de 40 colaboradores. A virada veio em uma obra em Jaíba (MG). Diante das falhas recorrentes da empresa responsável pela execução elétrica, Lucas insistiu em assumir a demanda. “Fiquei 15 dias sentado em frente à sala do gerente, pedindo a obra. Até que um dia ele cedeu.”

A dedicação deu resultado. O desempenho chamou a atenção do cliente final, que convidou a MV Power a assumir toda a construção da usina. Em poucos meses, o número de colaboradores saltou de 40 para 180. A empresa deixava de ser apenas uma prestadora de testes elétricos e passava a atuar como construtora de usinas solares de grande porte.

Crescer ajustando a rota

O crescimento da MV Power não seguiu uma curva previsível. Ele aconteceu em saltos, muitas vezes abruptos, impulsionado pela demanda do mercado de energia solar em regiões onde a infraestrutura ainda engatinhava. Em pouco tempo, a empresa saiu de uma operação enxuta para projetos de grande escala, espalhados por cidades peque-

nas, áreas rurais e localidades com oferta limitada de serviços, mão de obra especializada e fornecedores. Esse movimento abriu oportunidades, mas também expôs fragilidades típicas de quem cresce rápido demais.

Nos primeiros grandes contratos, ficou claro que os desafios iam além da execução técnica. A empresa precisava contratar, transportar, equipar e gerir centenas de pessoas quase simultaneamente, garantindo segurança, documentação, alojamento, alimentação e condições adequadas de trabalho. Foi nesse cenário que Matheus Volpon, irmão de Lucas e advogado de formação, deixou de atuar apenas como apoio remoto e passou a integrar diretamente a operação, assumindo a área administrativa da empresa.

A entrada definitiva do irmão marcou o início de uma fase de reorganização interna, ainda que sem tempo para grandes planejamentos. A empresa crescia antes de conseguir se estruturar e crescia muito rápido. “A gente nunca teve tempo de planejar o crescimento. Ele simplesmente acontecia, e a organização vinha depois”, conta Lucas. Em pouco tempo, o número de colaboradores saltava de 40 para 180, depois para mais de 500 e, em seguida, ultrapassava 1.200 pessoas. “Mesmo quando você acha que está preparado para 200, de repente já são 500. Quando organiza para 500, vira mil”, resume.

Esse ritmo colocou em evidência um ponto sensível: o cuidado com as pessoas nas obras. Em cidades pequenas, como Jaíba

(MG), a logística básica se tornava um gargalo. Proteger equipes inteiras com equipamentos de proteção individual (EPIs), algo trivial em grandes centros, virou um desafio real. “De uma hora para outra, você precisa de 200 EPIs. E simplesmente não existe onde comprar. Você vai em uma loja, tem dez. Na outra, tem quinze”, explica o engenheiro.

A alternativa era percorrer centenas de quilômetros em busca de fornecedores em cidades maiores, o que encarecia custos e atrasava cronogramas. A solução foi criar caminhos onde eles não existiam. Os irmãos decidiram montar uma empresa própria dedicada ao fornecimento e à gestão de EPIs.

O que nasceu como resposta emergencial ganhou escala. Além de garantir estoque, padronização e agilidade para a MV Power, a nova empresa passou a atender outras construtoras da região, que enfrentavam dificuldades semelhantes. A iniciativa contribuiu para reduzir riscos, melhorar as condições de trabalho e criar um novo braço de atuação, alinhado à ideia de crescimento responsável.

O mesmo raciocínio se repetiu na segurança patrimonial. Em canteiros de obras extensos e isolados, furtos se tornaram recorrentes, comprometendo equipamentos, cronogramas e a segurança das equipes. A dependência de empresas terceirizadas mostrou-se insuficiente para a realidade das obras. A resposta foi a criação de uma empresa própria de segurança, especializada em grandes áreas e operações contínuas.

Enquanto isso, o crescimento no campo exigia que a estrutura administrativa acompanhasse, ainda que em outro ritmo. Matheus assumiu a missão de organizar processos sem travar a operação. “Eu sempre falei para o time do administrativo: a nossa função é atender o campo.

Os processos foram sendo construídos enquanto a empresa operava. Testava-se um modelo, ajustava-se outro, descartava-se o que não funcionava. Diferente de organizações mais antigas, com rotinas consolidadas, a MV Power precisou criar sua própria governança em tempo real, em um setor novo e com clientes altamente exigentes.

Com o amadurecimento da operação, esse aprendizado começou a se traduzir em escolhas mais estruturadas. Um dos pilares foi o investimento em pessoas. A empresa passou a incentivar a formação técnica e o desenvolvimento contínuo das equipes, custeando cursos e ampliando oportunidades internas. “Hoje temos professora de espanhol e também de inglês dentro da empresa. A gente acredita que investir nas pessoas é investir no futuro do negócio”, afirma Matheus.

Outro avanço veio pela tecnologia. Após uma experiência frustrada com sistemas de mercado, a MV Power decidiu desenvolver

um software próprio de gestão, desenhado a partir da realidade do campo. Logística, compras, recursos humanos, departamento pessoal e operações passaram a operar de forma integrada em um único sistema, conectado e em constante aprimoramento. A iniciativa trouxe mais eficiência, controle e previsibilidade, reduzindo riscos em uma operação marcada por variações rápidas de escala.

Ao longo desse processo, a empresa consolidou valores que nasceram da prática: respeito às pessoas, foco em segurança, agilidade, qualidade de entrega e compromisso com o cliente. O crescimento deixou de ser apenas reação à demanda e passou a incorporar escolhas mais conscientes, mesmo em um ambiente de alta pressão.

Confiança que viabiliza crescimento

Se internamente a MV Power aprendia a crescer ajustando processos e estruturando sua operação, externamente enfrentava o desafio de garantir fôlego financeiro para sustentar saltos bruscos de escala. Foi nesse contexto que a relação com a COCRED, em Morro Agudo (SP), se tornou determinante para a continuidade e a consolidação do negócio.

A ligação com a cooperativa tem origem familiar. A família Volpon é de Morro Agudo, onde Matheus mantinha escritório de advocacia e já realizava a gestão administrativa dos negócios do irmão. “Eu sempre fiz essa parte administrativa para ele. Tinha procuração, movimentava conta, fazia paga-

mentos, porque o Lucas sempre trabalhou fora”, explica.

Quando a empresa começou a dar sinais claros de expansão, o alerta veio rápido. “Eu alertei o Lucas que o único problema daquela mudança era que os pagamentos poderiam demorar para começar a acontecer”, relata Matheus. “De um mês para o outro, a gente teria uma folha de pagamento de cerca de 400 funcionários. E o funcionário não quer saber se está em processo burocrático ou não. Chegou o quinto dia útil, ele quer o salário dele.”

A busca por crédito começou pelos bancos tradicionais, onde a família já tinha relacionamen-

to. A realidade de uma empresa jovem, com faturamento ainda em formação, limitava qualquer avanço. “O crédito era muito difícil na época”, resume. Foi então que Matheus procurou a agência da COCRED em Morro Agudo. “Eu fui extremamente bem tratado, bem recepcionado. Pude expor toda a situação, e a gente encontrou o tom certo.”

Segundo ele, a cooperativa fez tudo o que estava ao seu alcance para viabilizar as operações necessárias para o negócio. “Apostaram na gente quando ninguém apostava”. Para os irmãos, esse suporte foi decisivo. “A gente é firme em falar que não seria nada disso sem a COCRED”, afirma Lucas.

Hoje, essa relação se reflete em números e em lealdade. Mais de 80% do fluxo financeiro do grupo passa pela cooperativa. “Outros bancos já procuraram a gente, perguntando o que precisariam fazer para trazer nossa conta”, conta Matheus. “E a resposta é sempre a mesma: não tem nada que vocês possam fazer. Porque eles apostaram na gente quando ninguém apostava.”

Esse respaldo financeiro foi fundamental para que a MV Power pudesse ser bem-sucedida. A empresa amadureceu sua estrutura, consolidou processos e passou a atuar também fora do Brasil, com projetos em andamento na Europa.



Matheus Volpon, à esquerda e Lucas Volpon à direita



COCRED Morro Agudo

Determinação que INSPIRA

Aos 34 anos, Camilla Syrio construiu uma trajetória de liderança ao longo de mais de uma década na centenária trading britânica Czarnikow.



Ser a primeira mulher brasileira a assumir o posto de diretora financeira da centenária trading britânica Czarnikow é o próximo desafio que Camilla Syrio, de 34 anos, se prepara para alcançar. Atual Head Treasury Brazil da companhia, ela representa uma nova geração de lideranças do mercado: técnica, preparada, jovem e consciente da responsabilidade que carrega ao ocupar espaços historicamente pouco acessíveis.

Formada em Administração, Camilla entrou na Czarnikow aos 21 anos, quando a operação brasileira ainda dava os primeiros passos e contava com apenas 20 colaboradores. O convite foi para uma função operacional, no contas a pagar. “Fazia pagamentos e, ao mesmo tempo, recebia motoboy e toda essa dinâmica de Correios. Na minha época, eu fazia pagamentos, ainda usava fax”, conta. Hoje, pouco mais de uma década depois, o Brasil responde por cerca de 50% das operações globais da trading, que atua na originação e comercialização de açúcar, soja e outros produtos agrícolas.

A evolução da empresa e da executiva caminharam juntas. Um ano após a entrada, Camilla mi-

grou para a trade finance, área estratégica que conecta a companhia ao mercado internacional. “É basicamente a tesouraria também, só que lida com toda a parte internacional: exportação, importação, negociação em moeda estrangeira”, explica. O desafio exigiu aprender rapidamente sobre câmbio, mercado de açúcar, dinâmica das usinas, relação com produtores e gestão de riscos em um setor marcado por volatilidade e ciclos complexos. “Nunca tinha trabalhado com câmbio nem com agro. Fui aprendendo e crescendo junto com a companhia.”

Hoje, Camilla responde diretamente ao presidente da Czarnikow no Brasil e mantém interlocução constante com o CEO global. Lidera uma área responsável pela gestão de caixa, pagamentos, recebimentos, operações internacionais e pela estrutura financeira de mais de 12 CNPJs ligados às originações da empresa no país. “Eu olho para essa trajetória com muito orgulho. Foram 13 anos, e cada ano uma emoção diferente. A companhia naquela época faturava cerca de R\$ 100 milhões e hoje fatura R\$ 4,5 bilhões só no Brasil”, diz.

Liderança no dia a dia

Parte dessa trajetória também reflete uma mudança cultural dentro da própria Czarnikow. A empresa conta hoje com uma equipe mais jovem, marcada por novas perspectivas e dinâmicas de trabalho. No time liderado por Camilla, por exemplo, a diversidade é evidente e a equipe é composta por sete mulheres e três homens. “Não é uma questão de preferência, mas de reco-

nhecer o quanto, de fato, as mulheres estão se especializando e se preparando para ocupar esses espaços”, afirma.

Inserida desde cedo em um ambiente majoritariamente masculino, especialmente no mercado financeiro e nas negociações com instituições e grandes players do agro, Camilla aprendeu que liderança se constrói com consistência e determinação. “Ao longo da carreira, me deparei com situações em que a mulher não tinha muita voz para se posicionar. Não era comum ver mulheres liderando essas reuniões”. O caminho para abrir portas, segundo ela, sempre foi o do trabalho e dos resultados. “Conquistar espaço mostrando competência, entregando resultado e sabendo lidar com pessoas, porque gestão é entender cada indivíduo.”

Parceria certa

Apesar de ter sede em São Paulo, a Czarnikow mantém forte atuação no interior paulista, especialmente em regiões ligadas à cadeia da cana-de-açúcar. Foi por isso que nasceu a relação com a COCRED. Mesmo sem presença física da companhia em Morro Agudo (SP), a aproximação veio da atuação intensa da trading junto às usinas da região e da sensibilidade da equipe da cooperativa em identificar oportunidades de parceria. “A equipe entendeu que poderia haver uma oportunidade de negócio entre a gente e trouxe a Czarnikow para dentro da carteira da COCRED”, conta Camilla.

Até então, a empresa nunca havia trabalhado com cooperativas de crédito. A busca por esse

modelo surgiu da necessidade de ampliar produtos financeiros e diversificar operações. “Pensamos que a cooperativa está muito mais próxima dos produtores e poderia ter maior flexibilidade, além de produtos diferenciados que, muitas vezes, os bancos tradicionais não oferecem.”

Dessa troca nasceu um dos cases mais emblemáticos da parceria. A primeira operação de Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) estruturada pela COCRED. A Czarnikow participou ativamente do processo, sendo a parceira ideal para que o projeto fosse estruturado pela cooperativa e oferecido também a outros cooperados.

Para Camilla, essa experiência traduz o verdadeiro diferencial do cooperativismo. “O maior benefício é a proximidade. Todos nós somos parte da estrutura da cooperativa. Por que não olhar a necessidade de um cooperado, que pode ser a de outros também?”. O impacto positivo aparece na prática. “A gente rentabiliza a relação, gera resultado e retorno”, aponta Camilla. “É uma parceria realmente muito benéfica”, complementa.

Com uma carreira construída passo a passo, do operacional à liderança de áreas estratégicas, Camilla Syrio se prepara para assumir um novo capítulo, possivelmente como a primeira mulher diretora financeira da Czarnikow no Brasil. Jovem, preparada e com visão clara do papel que ocupa, é exemplo de que determinação, quando sustentada por trabalho e boas parcerias, abre muitas portas.



Quem corre, os MALES ESPANTA

Prática de corrida de rua ganha popularidade no Brasil e se consolida como uma das atividades físicas mais queridas pelos brasileiros.

Não há como negar que a corrida de rua se tornou a mais nova queridinha dos brasileiros. Basta observar as praças, avenidas e parques públicos, principalmente durante as manhãs e noites. É muitas vezes antes do horário do expediente começar ou depois de um dia cheio de trabalho que os adeptos da atividade física encontram uma brecha na rotina para praticar o esporte. A popularidade da prática, que pode ser comprovada de forma empírica, também aparece nos números.

De acordo com o Relatório Anual sobre Tendências de Esportes,

publicado pelo Strava, aplicativo de monitoramento e compartilhamento de atividades físicas, a corrida foi o esporte mais praticado no mundo em 2024. Com mais de 19 milhões de pessoas adeptas, o Brasil aparece no levantamento como o segundo país com o maior número de praticantes. A adesão em massa à atividade física também é evidenciada por outro dado curioso do relatório. Em comparação com o ano anterior, o número de clubes de corrida brasileiros apresentou aumento de 109%, superando a média global de 59%. Já o número de maratonas, ultramaratonas e demais provas de longa

distância registrou crescimento de quase 10% no ano.

Segundo a profissional de Educação Física Tamyris Parizi, esse movimento é resultado da combinação de fatores práticos, sociais e tecnológicos. “Após períodos de isolamento e aumento do estresse urbano, muitos brasileiros viram na corrida um ‘remédio natural’. A liberação de endorfina e o tempo ao ar livre são usados como terapia para combater ansiedade e depressão”, destaca.

A especialista explica que os benefícios que atraem cada vez mais pessoas às ruas vão além da saúde físi-



Tamyris Parizi, profissional de Educação Física

ca. “A saúde mental é um dos fatores mais impactados positivamente pela corrida de rua e pelas atividades físicas em geral. O exercício ajuda a ‘queimar’ o excesso de cortisol, o hormônio do estresse, acalmando o sistema nervoso”, afirma. Segundo ela, a prática regular também estimula a liberação de serotonina e dopamina, neurotransmissores que regulam o sono, o apetite e o humor. “A corrida ajuda a estabilizar esses neurotransmissores, combatendo estados depressivos.”

Além disso, Tamyris aponta que o ambiente digital também influencia esse crescimento da adesão. “A exposição massiva de rotinas de treino nas redes sociais, com milhões de publicações sobre o tema, criou um desejo aspiracional. A corrida se tornou um símbolo de autocuidado e disciplina”, explica. Esse fenômeno tem atraído especialmente pessoas entre 26 e 45 anos, público que busca equilíbrio entre rotina profissional, saúde e bem-estar. Soma-se a isso o fator

socioeconômico: a corrida é uma atividade acessível financeiramente e aberta a diferentes faixas etárias.

Aos 25 anos, Maria Júlia Fermino encontra no pace do amigo Luís Fernando Trovo, de 38 anos, a sincronia capaz de motivá-la a superar os próprios desafios durante a prática. No universo da corrida, pace é o termo utilizado para definir o ritmo médio do atleta, calculado em minutos por quilômetro percorrido. Moradores de Sertãozinho (SP), os amigos são bicampeões na categoria mista da modalidade 5 km da Corrida COCRED em Dupla. A prova incentiva que os competidores corram em dupla, estimulando a união e a cooperação.

“Parceria pura. Estava muito calor durante o percurso, mas em toda a prova ele me deu muita força, é um parceirão!”, aponta Maria Júlia, após subir ao pódio pelo segundo ano consecutivo. Recuperando-se de uma lesão, Trovo atribui à parceria com a amiga o fato de ter superado seus limites físicos para concluir a prova em um bom tempo. “Ela fala que eu a ajudei, mas ela quem me ajudou. Estou meio machucado, mas ver ela correr me incentiva demais”, afirma.

Foco e disciplina

A cooperação também é combustível para o cabeleireiro Felipe Peres e seu instrutor Daniel Duarte Nunes. Em 2025, os amigos participaram como dupla na Corrida COCRED pela primeira vez. A estreia foi em grande estilo, com direito a pódio. De mãos dadas, cruzaram a linha de chegada e garantiram o 1º lugar na categoria masculina da modalidade 10 km. “A gente treinou bastante para estar aqui, fazer um bom tempo e ser campeão dessa prova que é referência na região”, diz Nunes.



Mas não se engane: concluir um percurso de 10 km em pouco mais de meia hora não é um feito que se conquista da noite para o dia. É preciso treino, foco e muita disciplina. Para a profissional de Educação Física, respeitar o tempo do corpo é fundamental, especialmente para quem está começando. “O maior erro de quem começa a correr é tentar recuperar o tempo perdido em uma semana. A corrida é um esporte de impacto, e enquanto o coração e os pulmões se adaptam rápido, ossos, tendões e ligamentos levam mais tempo para se fortalecer.”

Por isso, a profissional reforça a importância da progressão gradual.

“A recomendação de ouro para iniciantes é começar aos poucos”, orienta. Segundo ela, um roteiro simples pode ajudar quem quer sair do zero: na primeira semana, alternar dois minutos de caminhada rápida com um minuto de trote leve, repetindo por 20 a 30 minutos. Na segunda semana, reduzir a caminhada para um minuto e manter um minuto de corrida. Já na terceira, alternar um minuto de caminhada com dois de corrida. “O objetivo é aumentar o tempo de corrida e diminuir o de caminhada até conseguir correr 20 minutos sem parar”, explica.

Assim como toda atividade física, praticar corrida é uma excelente

alternativa ao sedentarismo, mas é preciso estar atento aos cuidados necessários. Buscar acompanhamento médico e orientações profissionais, manter regularidade nos treinos, cuidar da hidratação e da alimentação são pontos indispensáveis para uma prática segura.

E se nesse caminho surgirem parceiros que tornam a prática mais colaborativa e contagiante, melhor ainda. Para o analista de crédito Cleber Washington Barcelos Junior, esse fator foi fundamental para que o interesse pelo esporte florescesse. Por meio do apoio recebido do colega de trabalho Diego Henrique de Souza, o jovem se apaixonou pela prática e, apesar de seguir no esporte de forma amadora, tem colecionado pódios nos últimos anos.

“Só tenho a agradecer ao Diego, que sempre me incentivou em relação ao esporte. É o pilar para eu estar correndo, sem dúvidas essa parceria foi fundamental para essas premiações”, aponta. Assim como ele, a analista de crédito Letícia Beatriz Garcia faz parte do grupo de pessoas que começaram recentemente na corrida, mas se apaixonaram pelo esporte e pretendem continuar. “O incentivo que o pessoal dá durante a prova, a energia, é tudo muito incrível”, afirma.

Chegou para ficar

O entusiasmo narrado por Letícia após conquistar o primeiro pódio reflete o sentimento de muitos brasileiros que descobriram na corrida de rua um *hobby* que veio para ficar. Diariamente, a prática se firma como um fenômeno social em transformação.

Só em 2025, acredita-se que o aumento no número de inscri-

Vem correr com a gente!

Se você se sentiu inspirado a começar a correr, não adie o que pode transformar sua qualidade de vida! Chame sua dupla ou encare o desafio sozinho. O mais importante é se movimentar e colher os benefícios de fazer algo por você.

E temos uma ótima notícia: vem aí a Corrida COCRED em Dupla – Etapa Serrana! Acesse o QR Code e integre o Grupo VIP da corrida para saber tudo sobre inscrições, kits e novidades do evento!



ções em eventos esportivos tenha superado os 25%, de acordo com a Ticket Sports. Entre esses eventos, ganha destaque a Corrida COCRED em Dupla, que reúne cooperados e não cooperados em uma experiência que celebra o esporte e a cooperação.

No ano, a 7ª edição da corrida, realizada em Sertãozinho, bateu recorde de público, com mais de 1.700 participantes inscritos. Para a COCRED, promover iniciativas como essa é uma forma de incentivar saúde, bem-estar e integração entre as pessoas, fortalecendo os laços que unem a cooperativa à comunidade.



Tecnologia integrada que OTIMIZA

Em parceria com a CTI Global, COCRED implementa software que emprega uso de inteligência artificial na automação de processos.

Ter a inovação entre os valores que guiam a instituição e como uma das diretrizes de sua cultura organizacional não é uma mera formalidade para COCRED. Inovação é um conceito que orienta todas as decisões estratégicas da cooperativa, do atendimento nas agências aos procedimentos internos e diários. Esse foi o ponto de partida para a parceria com a CTI Global, referência em soluções de gestão de performance financeira e operacional, que resultou na implementação do *software IBM Planning Analytics* (TM1).

Por meio dessa nova plataforma de planejamento integrado, a parceria transformou importantes processos internos da cooperativa. “O sistema consolidou em um único ambiente dados que antes estavam dispersos em diferentes planilhas, substituindo controles manuais e reduzindo riscos de falhas operacionais”, explica Patrícia de Araújo Felipe, coordenadora de Controladoria da COCRED. Segundo ela, a automação proporcionou ganhos significativos em eficiência e produtividade. “O tempo gasto com tarefas manuais foi drasticamente reduzido, o que permitiu direcionar a equipe para atividades mais analíticas e estratégicas.”

Estruturado para garantir eficiência e segurança em todas as etapas

dos processos internos recorrentes, o *software* foi configurado de forma personalizada, considerando as demandas reais do dia a dia de uma instituição financeira cooperativa do porte da COCRED. “A implementação do *Planning Analytics* tem sido importante para a COCRED ao agilizar a obtenção de dados e números para a tomada de decisão. Ele transformou muito tempo dedicado ao operacional em menos tempo no operacional e mais tempo voltado à análise”, detalha Daniel Bolorini, sócio da CTI Global.

O objetivo central do projeto foi exatamente esse: automatizar as projeções orçamentárias e reduzir o tempo gasto com tarefas operacionais repetitivas, permitindo que a equipe se concentre em atividades de maior valor agregado. Além disso, a iniciativa reforçou a segurança e a rastreabilidade das informações, ao mesmo tempo em que trouxe mais agilidade aos processos internos. Em resumo, essa transformação interna resulta em ganhos que chegam à ponta do sistema cooperativo, impactando diretamente o



Patrícia de Araújo Felipe, coordenadora de Controladoria da COCRED



Daniel Bolorini, sócio da CTI Global

cooperado, que passa a contar com uma instituição ainda mais eficiente, segura e preparada para apoiar suas decisões financeiras.

Conduzido em etapas bem definidas, o projeto contou com a participação ativa da COCRED em todas as fases de desenvolvimento. Essa colaboração estreita garantiu que as soluções desenvolvidas estivessem totalmente alinhadas às necessidades e expectativas da cooperativa. Para Bolorini, o sucesso da implantação reflete a maturidade tecnológica e a visão de futuro da instituição. “Trabalhar com uma cooperativa que valoriza a inovação como parte da sua cultura é um diferencial. A COCRED entende que, de fato, a tecnologia é um meio para potencializar o cooperativismo.”

Inovação em cada passo

Diretamente alinhada ao compromisso histórico da COCRED em oferecer à melhor experiência financeira aos seus cooperados, a busca pela modernização é um caminho que aproxima a cooperativa, cada vez mais, da excelência. “A tradição da cooperativa

um marco nessa jornada de evolução que começou em 1969 e segue em constante aprimoramento. “Ser inovador, para nós, é ter coragem de repensar práticas, buscar alternativas viáveis e adotar soluções que façam sentido para a cooperativa e para quem está com a gente no dia a dia: nossos cooperados. Cada melhoria interna impacta diretamente o externo, porque quando otimizamos a gestão e ganhamos agilidade, todo o sistema cooperativo se fortalece”, explica.

Com a integração de dados, a automação de processos e a capacidade de análise em tempo real, a COCRED alcança um novo patamar de gestão, em que tecnologia e propósito caminham lado a lado. Embora as mudanças aconteçam dentro da cooperativa, seus efeitos chegam diretamente ao cooperado, por meio de processos internos mais ágeis, decisões mais assertivas e uma experiência financeira ainda mais qualificada. É um movimento de dentro para fora, pensado para entregar mais valor a quem confia seus projetos e sonhos à COCRED.



Ademir José Carota, diretor Administrativo da COCRED

TUDO PENSADO PARA VOCÊ!

+ rendimento
+ segurança
+ COCRED

INVISTA EM RDC E LCA EM UMA DAS
MAIORES COOPERATIVAS FINANCEIRAS
DO PAÍS, COM RENTABILIDADE,
CONFIANÇA E PRATICIDADE.

Baixe o Super App Sicoob ou fale com
o seu gerente e invista com a **COCRED**.

COCRED

Mais parceria. Mais proximidade.

— — —  SICOOB **COCRED**



Comprometida com O FUTURO

O pioneirismo sempre foi uma marca da COCRED. Por isso, a cooperativa mantém o olhar voltado para o futuro, buscando constantemente alinhar proximidade e inovação, tecnologia e sustentabilidade. Nascida do agro e uma de suas grandes impulsionadoras até hoje, a COCRED participa ativamente das principais feiras do setor, acompanhando de perto as tendências e soluções que fortalecem um dos pilares da economia brasileira. No segundo semestre de 2025, a cooperativa marcou presença em três grandes eventos: Megacana, em Uberaba (MG), Fenasucro & Agrocana, em Sertãozinho (SP) e na ExpoGenética, também em Uberaba (MG). Durante as feiras, a COCRED apresentou soluções financeiras personalizadas, com condições especiais para produtores rurais e empresários, impulsionando o crescimento sustentável dos negócios e colheitas.



Diversão e SOLIDARIEDADE

Levar entretenimento de qualidade a milhares de famílias é a razão de existir do projeto Cinema na Praça, realizado pela COCRED. Por meio de uma estrutura itinerante de cinema, a cooperativa percorre cidades de toda sua área de atuação, promovendo inclusão cultural, levando magia e diversão especialmente a municípios onde o acesso a uma sala de cinema convencional ainda não faz parte da rotina. Realizada em outubro, a segunda edição da temporada 2025 do projeto passou por Jaborandi, Jardinópolis, Terra Roxa e Santa Rosa de Viterbo, encerrando o ciclo com chave de ouro: mais de 1,4 mil pessoas participaram das sessões. Preparado com carinho e atenção, o circuito exibiu o filme "Como Treinar o Seu Dragão", lançado em 2025. A escolha da produção levou em conta não apenas o sucesso entre diferentes idades, mas também a mensagem inspiradora sobre amizade, coragem e, principalmente, união. Além de garantir momentos de alegria e emoção, o projeto também promove a solidariedade. Durante as exhibições, a venda solidária de refrigerantes arrecadou fundos destinados a instituições sociais das quatro cidades visitadas, tornando a iniciativa uma ferramenta de desenvolvimento humano e social das comunidades onde a COCRED atua.



Referência NACIONAL



A COCRED alcançou mais um marco histórico em 2025. Além de ser uma das maiores e mais sólidas cooperativas financeiras do país, foi reconhecida como a 17ª melhor empresa para trabalhar no Brasil entre as instituições de médio porte, segundo o ranking da consultoria global Great Place To Work (GPTW). Em um universo de cerca de 3 mil organizações avaliadas, apenas 4% conquistaram espaço no ranking nacional, entre elas a COCRED, que já havia sido destacada como a terceira melhor empresa para trabalhar no interior de São Paulo e uma das cinco melhores cooperativas de crédito do país nesse quesito. A conquista, inédita em seus 56 anos de história, reflete a evolução contínua do ambiente organizacional da cooperativa e reforça seu compromisso com o desenvolvimento humano, o bem-estar das pessoas e a aplicação prática dos princípios do cooperativismo. O reconhecimento é resultado direto da experiência real dos colaboradores, já que a metodologia da GPTW se baseia em uma pesquisa anônima e voluntária que avalia as percepções internas sobre confiança, respeito, diálogo e oportunidades de crescimento. Estar entre as melhores do país evidencia uma cultura construída a partir da escuta ativa, da participação coletiva e da valorização das pessoas como eixo central da estratégia da cooperativa.



Segurança

COMPARTILHADA

Cerca de 100 idosos, entre cooperados da COCRED e participantes do Centro de Convivência do Idoso de Sertãozinho (SP), participaram de uma palestra sobre prevenção a fraudes e golpes na era digital, realizada no Centro Administrativo da cooperativa. A ação integrou a programação da "Semana de Riscos, Controles Internos e Compliance 2025", iniciativa promovida há cinco anos pela cooperativa com foco em conscientização e segurança. Voltado ao público 60+, o encontro foi conduzido pelo advogado e perito criminal Arnaldo Ferreira dos Santos, referência nacional no tema, que apresentou de forma acessível e prática os principais tipos de golpes financeiros e os cuidados necessários no uso de redes sociais e em transações digitais. A atividade reforçou a importância da prevenção como ferramenta essencial para a proteção do patrimônio e da autonomia dos idosos, grupo cada vez mais visado por criminosos. Ao final do encontro, os participantes saíram munidos de conhecimento prático para identificar abordagens suspeitas, adotar atitudes preventivas no dia a dia e lidar com as ferramentas digitais de forma mais segura e confiante.



+ INFORMAÇÃO

Saiba como golpistas têm usado a Inteligência Artificial para aplicar fraudes e veja atitudes práticas para se proteger dos golpes no dia a dia.

A Inteligência Artificial (IA) faz parte do nosso dia a dia não é de hoje. Você talvez não se dê conta, mas ela está por trás de atividades recorrentes, como a comunicação com assistentes virtuais que respondem dúvidas em aplicativos, nos sistemas de reconhecimento facial que liberam acessos e até de análises que tornam os serviços financeiros mais rápidos e seguros. Trata-se de uma tecnologia com enorme potencial para facilitar a rotina.

Mas, como acontece com qualquer recurso poderoso, a IA também pode ser usada de forma indevida. Criminosos têm se apropriado dessa tecnologia para tornar golpes mais sofisticados e difíceis de identificar. Isso exige atenção redobrada dos usuários e do próprio sistema financeiro, que trabalha continuamente para reforçar camadas de proteção. De acordo com a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), em 2024 os golpes digitais causaram mais de R\$ 10 bilhões em prejuízos. Isso significa um valor 17% superior ao do ano anterior. Diante desse cenário, conhecer como os criminosos atuam e adotar práticas de segurança são as melhores formas de evitar cair em armadilhas virtuais. A seguir, você confere os principais tipos de golpes que utilizam a Inteligência Artificial e dicas práticas de como se proteger.

COMO A IA É USADA EM GOLPES FINANCEIROS?

Entre as técnicas mais comuns está a deepfake. A partir de fotos, áudios ou vídeos, os criminosos criam conteúdos falsos que parecem reais, capazes de enganar até pessoas próximas. Esse recurso é usado em golpes como o "falso sequestro", o "falso gerente" e até na abertura de contas em nome de terceiros.

OUTRAS FORMAS DE UTILIZAÇÃO INCLUEM:

• **Sobreposição de imagens:** Com softwares de IA, os golpistas conseguem inserir o rosto de alguém em vídeos ou transmissões ao vivo. Assim, fazem chamadas de vídeo em que aparentam ser um parente ou amigo pedindo dinheiro.

• **Simulação de voz:** A partir de pequenas amostras de áudio, a IA consegue reproduzir vozes de forma convincente. Os criminosos utilizam essa técnica para criar ligações falsas entre conhecidos ou até para se passar por representantes de instituições financeiras.

• **Criação de personagens virtuais:** Ferramentas avançadas permitem gerar imagens e avatares que parecem pessoas reais. Criminosos usam esses "profissionais virtuais" para orientar vítimas em operações financeiras, principalmente idosos com menos familiaridade com recursos digitais.

COMO SE PROTEGER?

Nada de pânico! A Inteligência Artificial também está a favor da segurança e medidas simples já fazem muita diferença na prevenção a golpes. Comece pelo básico: crie senhas fortes (sem dados pessoais óbvios), habilite apenas dispositivos de confiança e ative a verificação em duas etapas. Esses cuidados já elevam bastante o nível de proteção.

• **Verifique a autenticidade:** Se receber um contato suspeito, encerre a conversa e confirme a informação por canais oficiais, como a Central de Atendimento da instituição. Nunca ceda à pressão para continuar no diálogo.

• **Desconfie de solicitações urgentes:** Criminosos usam o fator "pressa" para induzir erros. Em chamadas de áudio ou vídeo, repare em detalhes como tom de voz, aparência e forma de tratamento.

• **Use palavras-chave com pessoas próximas:** Combine um código ou senha de segurança com familiares para situações financeiras. Caso alguém peça dinheiro ou ajuda de forma estranha, exija o uso da palavra-chave antes de agir.

• **Mantenha proximidade com sua agência:** Um bom relacionamento com seu gerente é uma camada extra de segurança. Tenha os contatos oficiais da instituição salvos e procure ajuda imediata sempre que desconfiar de algo.

Este conteúdo faz parte do blog da **COCRED**, um espaço dedicado à informação, orientação e prevenção em temas como segurança financeira e digital. No blog, você encontra conteúdos atualizados semanalmente sobre cooperativismo, educação financeira, negócios, produtos e serviços, agronegócio, além das principais novidades da cooperativa.



GENTE que faz história

Aos 63 anos, Célio Lourenço Recco se orgulha de uma trajetória profissional de dedicação, superação e, acima de tudo, pertencimento.

Olhar a estação de trabalho completa, ver a equipe em sintonia e sentir que um bom trabalho está sendo realizado é motivo de orgulho para qualquer liderança. Mas, na agência da COCRED de Severínia (SP), esse sentimento ganha outra dimensão. No olhar de Célio Lourenço Recco, gerente da agência e colaborador mais antigo da unidade, há algo que ultrapassa a realização profissional. Há um pertencimento profundo, fundamentado na consciência de que a história daquele lugar se entrelaça à sua própria trajetória.

Há mais de 23 anos na cooperativa, acompanhar a evolução da COCRED na cidade foi, para ele, vivenciar a própria evolução. Recco lembra dos primeiros dias, quando a agência era apenas um pequeno posto de atendimento às margens da rodovia e o trabalho consistia em visitar produtores e apresentar o cooperativismo. “No começo foi um pouquinho difícil, a gente foi visitando, conhecendo os associados, apresentando a cooperativa. A COCRED dando todo o apoio, todo o suporte para que a gente fizesse esse trabalho. Acompanhei toda a

trajetória da cooperativa nesse período, só existiam cinco agências no total”, relembra.

Com o tempo, o número de cooperados cresceu, a estrutura operacional se ampliou e a agência ganhou um novo endereço em frente à Praça Matriz da cidade. Hoje, são dez colaboradores trabalhando lado a lado, sob a liderança de Recco, que faz questão de reforçar valores que sempre orientaram sua jornada. “Por tudo que nós temos, por tudo que a COCRED representa para nós, acho que a gente tem que dar o melhor. É o que sempre falei para o time. Temos que dar o melhor de nós para que a COCRED cresça cada vez mais e não temos dúvidas de que isso vai acontecer, porque é uma cooperativa que almeja ser a melhor sempre.”

A história de dedicação de Recco também foi marcada por superação ao enfrentar um desafio que mudou sua perspectiva sobre trabalho e vida. Há alguns anos, ele venceu um grave problema de saúde. A luta contra a doença exigiu força, disciplina e resiliência, mas não foi vivida sozinha. O apoio da equipe, dos colegas de outras unidades e da própria instituição foi decisivo para que atravessasse o período mais delicado de sua vida profissional e pessoal. “O que a COCRED faz pelo colaborador é uma coisa que a gente tem que exaltar. Sempre fui muito apoiado e sinto essa preocupação com o bem-estar dos colaboradores”, diz.

Aos 63 anos, Recco segue aprendendo todos os dias e compartilhando todo aprendizado que nutriu durante a vida. Quando olha para o time reunido e a agência cheia de cooperados, Célio enxerga uma história que ajudou a construir e da qual sente orgulho em pertencer.



Open Finance COCRED

Mais controle e benefícios para sua vida financeira.



Conecte todas as suas contas em um só app, centralize suas finanças e receba ofertas de acordo com seu perfil.

Baixe o Super App Sicoob ou fale com o seu gerente.

Seguro, gratuito e você escolhe quais dados compartilhar.

COCRED
Mais parceria. Mais proximidade.

— SICOOB COCRED

A COCRED

transforma seus planos
em conquistas!

Mais do que serviços financeiros,
oferecemos soluções sob medida
para impulsionar o seu crescimento,
com taxas mais justas, mais

- Portfólio completo
de soluções financeiras
- Atendimento personalizado
- Participação nos resultados

Vá até uma agência
e conheça mais benefícios.

COCRED

Mais parceria. Mais proximidade.

————— ——— —  SICOOB COCRED

